Universidad Abierta Interamericana



Facultad de ciencias económicas

Sede Regional Rosario

Carrera Licenciatura en Comercio Internacional

Trabajo Final de Carrera Título

Proyecto de internacionalización de Velvet Comfort & Design a Paraguay

Estudiante: Josefina Urquiza josefinaurquiza30@gmail.com

Profesora orientadora: Natalia Fenoglio

Tutor de contenidos: Lic. Paulo Lanza

Diciembre 2023

DEDICATORIA

A mis padres, familia y amigas por su apoyo incondicional a lo largo de todo mi trayecto educativo. Cada logro alcanzado es el reflejo del sacrificio y dedicación que siempre me han demostrado. Gracias por acompañarme en cada momento, esto no habría sido posible sin el apoyo cada uno de ustedes.

AGRADECIMIENTOS

Al profesor Lic. Paulo Lanza quien me brindó su ayuda en todo momento y me permitió ser parte del programa Primeros Exportadores el cual fue la base para poder realizar este trabajo final. Gracias a esta oportunidad, he podido adentrarme en el ámbito laboral de mi carrera y expandir mis conocimientos.

A Velvet Comfort & Deisgn que fue parte del programa y me otorgó toda la información necesaria para poder llevar a cabo con éxito este proyecto.

Para finalizar, a mis amigos y compañeros de la universidad, quienes han sido mi apoyo constante a lo largo de este recorrido, brindándome su ayuda y compañía, haciendo este trayecto mucho más llevadero.

Índice

Resumen 7
Introducción 8
Análisis inicial del caso 9
Objetivo general 9
Objetivos específicos 9
Estrategias metodológicas 10
Parte I 12
“DIAGNÓSTICO INICIAL DE LA EMPRESA” 12
1.1 La empresa 12
1.2 Misión, visión y objetivo 13
Visión 13
Misión 13
Objetivo 13
1.3 Organigrama 14
1.4 Análisis FODA 14
1.5 Situación actual del sector 15
1.5.1 Situación económica y productiva de la empresa 16
1.6 Ventajas competitivas y certificaciones 17
Ventajas competitivas 17
Certificaciones 17
1.7 Productos 17
1.8 Oferta exportable 19
1.9 Derecho de exportación y reintegros 21
1.10 Requisitos de exportación - intervenciones de comercio exterior 21
1.11 Competidores 21
1.12 Conclusión de la primera parte 22
Parte II 24
“INVESTIGACIÓN DE MERCADO” 24
2.1 Principales importadores a nivel mundial 24
2.2 Principales importadores de América Latina y el Caribe 25
2.3 Principales importadores del producto exportado desde Argentina 27
2.4 Cantidad de exportaciones realizadas en 2022 28
2.5 Selección de mercados a ponderar 28
2.5.1 Tamaño del mercado 29

2.5.2 Acuerdos bilaterales 30
2.5.3 Regulaciones legales 32
2.5.4 Riesgo país 33
2.5.5 Barreras de entrada 34
2.5.6 Distancia geográfica 35
2.5.7 Resultados 35
2.6 Conclusión de la segunda parte 36
Parte III 37
"ESTUDIO DE MERCADO: PARAGUAY" 37
3.1 Datos generales 37
3.1.1 Superficie 37
3.1.2 Población 37
3.1.3 Idioma 38
3.1.4 Moneda 38
3.1.5 Principales ciudades 38
3.1.6 Principales pasos fronterizos 39
3.1.7 Producto Bruto Interno 39
3.1.8 Inflación 40
3.2 Comercio Exterior 40
3.2.2 Política comercial 40
3.2.1 Balanza comercial 41
3.2.2 Comercio bilateral entre Paraguay y Argentina 42
3.2.3 Acuerdos comerciales de Paraguay 42
3.2.4 Situación del sector mobiliario en Paraguay 44
3.2.5 Competidores en el mercado paraguayo 44
3.2.6 Marcas y patentes 45
3.2.7 Canales de distribución 46
3.2.8 Muestras y material de publicidad 46
3.2.9 Información comercial 47
3.3 Datos técnicos 47
3.3.1 Derechos, aranceles y requisitos 47
3.3.2 Documentación específica requerida para exportar 47
3.3.3 Potenciales importadores 47
3.3.4 Flete 48
3.3.5 Precio de exportación 48

3.3.6 Costos 48
3.3.7 Gastos 49
3.3.8 Armado del precio FCA Rosario 50
4.1 Conclusión 51
Bibliografía 53

Índice de gráficos

Gráfico 1: Organigrama de Velvet Comfort & Design 14
Gráfico 2: Gráfico de evolución del valor importado por los principales países importadores a nivel mundial 25
Gráfico 3: Gráfico de evolución del valor importado por los principales importadores de América Latina y el Caribe 26
Gráfico 4: Gráfico de evolución del valor exportador desde Argentina al mundo 27
Gráfico 5: PBI de Paraguay en millones de USD (2015-2022) 39
Gráfico 6: PBI per cápita de Paraguay (2015-2022) 40
Gráfico 7: Tasa de inflación de Paraguay entre 2013 y 2023 40

Índice de imágenes

Imagen 1: Acuerdos bilaterales de Uruguay 30
Imagen 2: Acuerdos bilaterales de Estados Unidos 31
Imagen 3: Acuerdos bilaterales de Paraguay 31
Imagen 4: Mapa riesgo país 33
Imagen 5: Pirámide poblacional de Paraguay 37
Imagen 6: Balanza comercial Argentina-Paraguay 42
Imagen 7: Precio FCA Rosario 50

Índice de tablas

Tabla 1: Producción y facturación anual de la empresa 16
Tabla 2: Importadores a nivel mundial de la partida 940161 24
Tabla 3: Importadores de América Latina y el Caribe 26
Tabla 4: Importadores del producto exportado desde Argentina 27

Tabla 5: Exportaciones argentinas de la partida 940161 realizadas en 2022 28
Tabla 6: Ponderación 29
Tabla 7: Tamaño del mercado (ponderación) 29
Tabla 8: Acuerdos bilaterales (ponderación) 32
Tabla 9: Regulaciones legales (ponderación) 32
Tabla 10: Riesgo país (ponderación) 34
Tabla 11: Distancia geográfica (ponderación) 35
Tabla 12: Ponderación definitiva 36
Tabla 13: Costos del sofá 49
Tabla 14: Gastos de exportación 49

Resumen

En el presente trabajo se desarrolla un proyecto de internacionalización para la empresa Velvet Comfort & Design.

Primero se realizó un análisis interno de la empresa para evaluar su capacidad de exportación, junto con un análisis del sector industrial de muebles en Argentina.

Luego se pasó a la recolección de datos sobre el comercio exterior de muebles a nivel global, donde se obtuvo que los principales importadores de estos productos exportados desde Argentina son Uruguay, Estados Unidos, Paraguay y Chile.

La selección del mercado meta para realizar este proyecto no fue aleatoria, sino fruto de un análisis exhaustivo y riguroso. A través de una tabla ponderada, se evaluaron tres posibles destinos: Estados Unidos, Uruguay y Paraguay, que fueron seleccionados en base a los datos anteriormente nombrados. En dicho análisis se tuvieron en cuenta distintos factores como el tamaño de mercado, las regulaciones legales, el riesgo país, entre otros, y, a pesar de que Estados Unidos fue el que más puntuación obtuvo, su tamaño y competencia llevaron a optar por Paraguay. Esta elección se fundamenta en la proximidad geográfica y cultural con Argentina, su pertenencia al MERCOSUR y que es un mercado más chico que Estados Unidos, pero más grande que Uruguay, lo que lo convierte en una opción muy atractiva para que una PYME como Velvet incursione por primera vez en el extranjero.

Finalmente, una vez seleccionado el mercado, se realizó un análisis detallado para proveer información más específica sobre la introducción del producto seleccionado en ese mercado, así como todos los factores relevantes que se deben considerar para llevar a cabo con éxito esta operación.

Introducción

La globalización ha generado grandes oportunidades de crecimiento para las empresas, ya que, la internacionalización representa una vía efectiva para ampliar la base de clientes y aplacar riesgos asociados a la dependencia de un único mercado. Es por esto que se ha tomado la decisión de emprender un proyecto de exportación de sofás a Paraguay en colaboración con la empresa Velvet Comfort & Design, la cual busca capitalizar en un mercado más amplio y diversificado.

En este proyecto, se explorarán factores cruciales como el análisis del mercado objetivo, considerando aspectos económicos, culturales, legales y de demanda específica para los sofás fabricados por Velvet, ya que, la elección de un mercado adecuado es un aspecto crucial para el éxito.

Para ello se llevó a cabo un análisis de tres posibles mercados: Estados Unidos, Uruguay y Paraguay. En dicho análisis, se evaluaron diversos indicadores, los datos recopilados fueron sometidos a un meticuloso proceso de ponderación y, según los resultados obtenidos, ninguno de los tres países reveló una ventaja significativa. No obstante, es relevante destacar que Estados Unidos emergió como el líder en este análisis. Pero, a pesar de este resultado, se ha optado por concentrarse en el mercado paraguayo, principalmente debido a su proximidad geográfica y a su condición de miembro del MERCOSUR, lo cual conlleva beneficios arancelarios significativos.

En resumen, este proyecto de internacionalización no solo representa una oportunidad para expandir la presencia y los ingresos de la empresa en un mercado global, sino que también busca posicionarla como un referente en la fabricación de sofás, apostando por la calidad, la innovación y la capacidad de adaptación en el escenario internacional.

Análisis inicial del caso

Este proyecto es un estudio de caso en el cual se recopilará e interpretará información sobre la empresa y los distintos mercados, el argentino y el paraguayo. Para ello se analizarán múltiples fuentes de evidencia para realizar un análisis integral relacionando teoría y datos e información.

El caso a investigar es la posibilidad de realizar una exportación a Paraguay por parte de la empresa Velvet Confort & Design, dedicada a la fabricación de sofás.

Los elementos que componen esta idea y que van a ser investigados consisten en: la posibilidad de que la empresa Velvet cuente con la capacidad productiva necesaria para exportar; el análisis de la competencia; y, la evaluación de disponibilidad financiera para producir y exportar.

Para realizar dichas investigaciones se analizarán:

1- Sobre la posibilidad de que la empresa cuente con la capacidad productiva necesaria:
   - La producción anual de la empresa.
   - Las adquisiciones necesarias (maquinaria, infraestructura).
   - El tamaño del mercado meta.
2- Sobre la competencia:
   - La situación del sector
   - Los principales fabricantes y vendedores.
   - Los principales importadores.
3- Sobre la disponibilidad financiera:
   - La facturación anual.
   - El costo de las adquisiciones necesarias.
   - El acceso a créditos o distintos medios de financiación

Objetivo general

Evaluar el potencial de la empresa para exportar al mercado paraguayo en cuestiones de costos, capacidad productiva, requisitos y tiempo.

Objetivos específicos

- Identificar quienes son los competidores que abastecen ese mismo mercado.

- Analizar la capacidad productiva de la empresa.
- Informarse acerca de aranceles, barreras y demás restricciones para poder ingresar al mercado paraguayo.

Estrategias metodológicas

Los tipos de investigación a utilizar serán exploratoria y explicativa.

Exploratoria porque es aquella que se realiza cuando se conoce muy poco sobre el tema a investigar, en este caso, el mercado paraguayo y la viabilidad de una exportación de sofás hacia el mismo, además sirve para identificar los conceptos y/o variables más relevantes relacionadas con el objeto de estudio y también para desarrollar nuevos instrumentos de investigación.

Explicativa porque tiene por finalidad establecer la existencia de relaciones causa/efecto entre variables y medir el grado de estas relaciones. Permite realizar un análisis más profundo.

El estudio a realizar es un estudio mixto cualitativo/cuantitativo el cual aborda tanto, situaciones donde la naturaleza del fenómeno a ser investigado presenta respuestas que se puedan cuantificar estadísticamente (cuantitativo), como, por ejemplo, la cantidad de importaciones de sofás realizadas por Paraguay en los últimos cinco años, y además apunta a describir y comprender procesos, cuya finalidad es analizar los fenómenos de forma integral y profunda (cualitativo), por ejemplo, características de los países analizados para determinar en cual se centraría este trabajo. Esto determina el diseño metodológico que se usará, es decir, la manera de abordar el objeto de estudio.

El diseño de investigación a realizar es no experimental que es aquel en el cual no se controlan ni manipulan las variables, ya que el objetivo de este trabajo es observar y analizar cada una de ellas para determinar el mejor curso de acción para que sea llevada a cabo la exportación.

Por lo tanto, la técnica de la recolección de datos será la observación que consiste averiguar si la empresa cuenta con lo necesario para exportar, como se compone el mercado paraguayo de sofás, principales competidores y potenciales importadores. Y las herramientas a utilizar son:

- FODA: para analizar el contexto interno y externo de la empresa.

- 5 fuerzas de Porter: para saber la posición que ocupa la empresa en el mercado.
- Modelo Uppsala: ayuda a la empresa a llevar a cabo la internacionalización de manera progresiva.

Parte I

“DIAGNÓSTICO INICIAL DE LA EMPRESA”

1.1 La empresa

Velvet Comfort & Design SRL es una empresa familiar fundada en 2020 por un matrimonio de origen rumano que residió en España durante 25 años. La empresa se dedica a la fabricación de sofás de primerísima calidad y diseño exclusivo. Su personal, el cual cuenta con más de 20 años de experiencia en diseño y fabricación de sofás, hace que esta empresa sea única y se destaque entre otras. También traen consigo capacitaciones realizadas en Europa que avalan la profesionalidad de la compañía ofreciendo comodidad combinada con estilo.

Abarcan todas las etapas del proceso de producción, desde el diseño y selección de materiales hasta la entrega del producto final. Sus procesos no son mecanizados, sino que son confeccionados 100% de forma manual, lo cual requiere de personal idóneo. Actualmente cuentan con alrededor de 60 empleados distribuidos entre el proceso productivo y los puntos de venta oficiales.

Desde Velvet no solo se enfocan en crear sofás, sino que buscan brindar un valor agregado mediante la originalidad e innovación constante de sus diseños.

Si bien la empresa en si cuenta con apenas 3 años de trayectoria; en su primer año Velvet se centró en optimizar sus procesos de producción. Invirtió en tecnología de vanguardia y capacidades de fabricación mejoradas para aumentar la eficiencia y garantizar una alta calidad en cada sofá producido.

En su segundo año se centró en la expansión de su red de distribución. Abrió nuevos locales de venta en diferentes puntos del país, lo cual permitió que los sofás estuvieran al alcance de una audiencia más amplia. Ese mismo año, lanzó su propia página web, brindando conveniencia de explorar y comprar sofás desde cualquier lugar.

El tercer año se embarcó en una estrategia de diversificación para poder atender una mayor cantidad de sectores. Se introdujeron líneas de sofá de alta gama para aquellos que buscaban el máximo lujo y sofisticación. La experiencia

del cliente se convirtió en una prioridad central, por ende, la empresa implementó un servicio de atención al cliente mejorado.

En resumen, en tres años, Velvet Comfort experimentó un crecimiento sólido, consolidándose como una marca líder en la industria de los sofás, brindando calidad, innovación y una experiencia al cliente excepcional.

1.2 Misión, visión y objetivo

Visión

La visión de Velvet es ser una empresa que trascienda las expectativas, ofreciendo accesibilidad y comodidad a todos los que deseen disfrutar de sofás de primera calidad. Al ampliar continuamente sus líneas de productos y expandir su red de puntos de venta oficiales, aspiran a estar al alcance de cada cliente, sin importar dónde se encuentren. Buscan que el lujo y la calidad sean accesibles para todos.

Misión

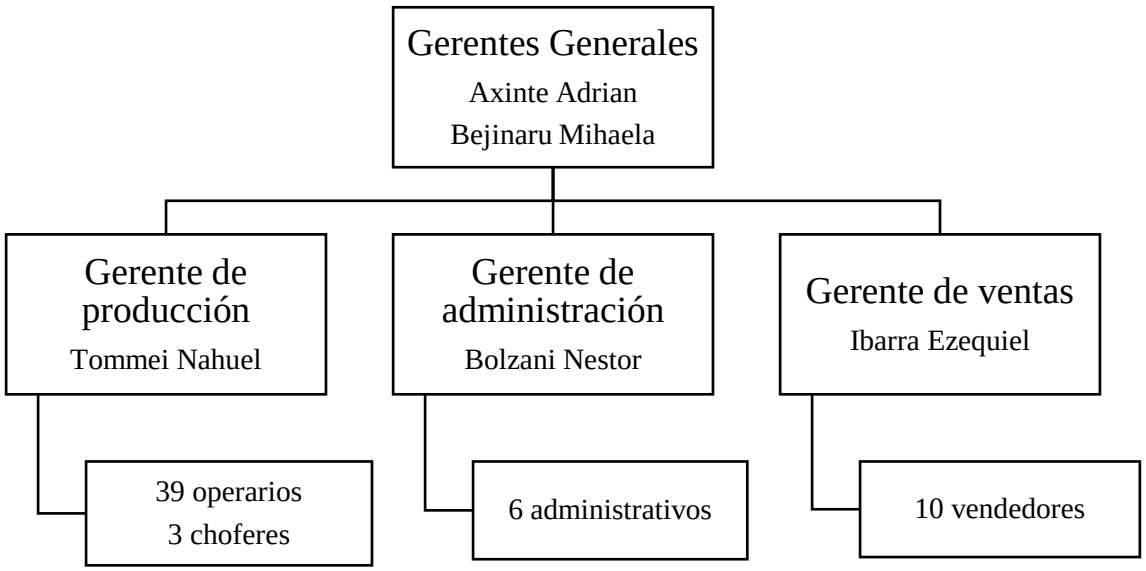
La misión de Velvet Confort & Design es comprometerse a brindar calidad, diseño y comodidad a cada hogar. Siendo de primordial importancia la innovación, para poder proporcionar productos únicos asegurando que cada cliente encuentre la satisfacción y el bienestar que merece en su propio espacio.

Objetivo

Su objetivo es imponerse como empresa líder en la fabricación de sofás. Motivados por esta causa, cuentan con un gran proyecto como empresa: Lograr expandirse. Su deseo como empresa es abrir sus tiendas en distintos puntos del país y hasta fuera de él también para trabajar tanto a nivel nacional como internacional y brindar a sus clientes el mejor diseño y confort.

1.3 Organigrama

Gráfico 1: Organigrama de Velvet Comfort & Design



Fuente: elaboración propia en base a los datos suministrados por la empresa.

1.4 Análisis FODA

Fortalezas: atributos internos positivos de la empresa, que la distinguen, brindan ventajas competitivas y contribuyen a su éxito en el mercado

- Personal altamente capacitado
- Sillones y sofás de primera calidad
- Variedad en diseños que se adaptan a las necesidades de los clientes
- Innovación constante de sus diseños
- Más de 25 años de conocimientos sobre el rubro
- Servicio post venta
- Envíos a todo el país
- Sitio web y redes sociales actualizados
- 10 años de garantía estructural de sus productos
- Empresa bien posicionada en el mercado local
- Alianza estratégica con Hiflex de Piero, líder en la fabricación de espumas de alta densidad

Oportunidades: condiciones externas favorables que pueden beneficiar el crecimiento, expansión y/o desarrollo de la empresa.

- Surgimiento constante de maquinarias y tecnología para la innovación de los diseños y procesos productivos
- Posibilidad de expandirse al exterior
- Capacidad de mecanizar sus procesos de producción a través de la adquisición de nuevas tecnologías
- Facilidad de acceso a financiaciones bancarias para sus inversiones

Debilidades: aspectos internos que colocan a la empresa en desventaja frente a la competencia o que dificultan su rendimiento y crecimiento.

- Procesos de producción no mecanizados
- Empresa emergente con solo 3 años de antigüedad
- Materia prima importada
- Registro de marca aún en trámite

Amenazas: factores externos que podrían afectar negativamente el desempeño, competitividad o estabilidad a largo plazo de la empresa.

- Situación política-económica del país
- Competidores fuertes con productos similares
- Restricciones a las importaciones

1.5 Situación actual del sector

Los sillones y sofás producidos por Velvet pertenecen al sector industrial de muebles de madera, éste se caracteriza por la producción y comercialización de productos tales como sillas, mesas, armarios, sofás, escritorios, camas, entre otros. El sector se encuentra integrado principalmente por Pymes, diversificado por su variedad productos, además, carece de economías de escala y el 80% del total de las empresas argentinas productoras se ubican en Buenos Aires, Córdoba, Santa Fe y Mendoza. La venta de estos productos se realiza principalmente en los locales de las propias empresas o en locales minoristas (mueblerías) que los adquieren directamente desde las fábricas. En los últimos años el e-commerce ha tomado gran relevancia en la comercialización de muebles. Velvet cuenta con sus propios locales comerciales en San Nicolás, Córdoba, Rafaela, Río Cuarto y Mendoza, también realiza ventas online haciendo envíos a todo el país.

Existe una alta demanda del mercado local, por lo que la industria nacional se centra principalmente en las ventas internas. Mientras que las exportaciones argentinas de muebles han caído drásticamente en los últimos años, los principales destinos de dichas exportaciones son Estados Unidos, Uruguay, Chile y Paraguay. Los insumos utilizados en la producción de muebles son esencialmente madera importada o proveniente de bosques nativos argentinos.

La ganancia del segmento madera-muebles se basa principalmente en la incorporación de valor a través de distintas técnicas de diseño e innovación tecnológica, característica que Velvet tiene en cuenta a la hora de diseñar y producir sus sofás, lo que hace que se destaque de la competencia.

1.5.1 Situación económica y productiva de la empresa

Desde su creación en 2020 Velvet ha aumentado significativamente su producción a lo largo de los años, por lo que su facturación también ha ido en ascenso. Su primer año de producción fue de 10 sofás, en 2021 fue de 2200 y actualmente cuentan con una producción aproximada de 3100 sofás anuales.

Comenzaron con una facturación anual de 11.000.000 de pesos, y ahora se encuentran facturando cerca de 313.000.000. Este aumento en la facturación les sirvió para realizar inversiones en equipos de producción, logística y administración.

Si la empresa continúa mejorando su producción podrá lograr niveles de facturación altos que le pueden permitir realizar mayores inversiones, principalmente para ingresar al mercado internacional, ya que esta actividad demanda mucho dinero y muestra resultados importantes con mucha posterioridad.

Tabla 1: Producción y facturación anual de la empresa

	Año 2020	Año 2021	Año 2022
Producción anual	10	2200	3100
Facturación anual	11.059.757	96.502.095	313.872.087

Fuente: elaboración propia con datos proporcionados por la empresa

1.6 Ventajas competitivas y certificaciones

Ventajas competitivas

Entre las ventajas competitivas, la más destacable es la originalidad. Todos los sofás son desmontables con sistemas de cierre y fácilmente lavables, aptos para lavarropas domésticos. Cuentan con estructura reforzada de madera maciza, costuras dobles de gran resistencia, asientos extensibles y apoyacabezas reclinable en hasta 7 puntos.

Además, hay ciertos modelos a los que se les pueden agregar luces led y equipos de audio con dispositivos bluetooth permitiendo conectar un celular, tablet o pc y disfrutar de la música desde la comodidad del sillón.

También, es dable destacar que utilizan materia prima de primera calidad, gran parte de ella es importada. Sin embargo, se encuentran trabajando para lograr que la mayoría de sus materiales se fabriquen en Argentina con la misma calidad y funcionabilidad que los productos importados.

Certificaciones

Actualmente Velvet cuenta con certificado MI Pyme el cual los exime de pagar Derechos de Exportación y se encuentra en trámite el certificado de registro de marca.

1.7 Productos

Velvet cuenta con gran variedad de modelos de sofás para que el consumidor pueda elegir el que mejor se adapte a sus preferencias. A continuación, se detallan algunos de los modelos europeos.

- **Sofá Bellagio**

Modelo premium de línea italiana. Es un sofá modular, que se adapta fácilmente a cualquier espacio. Cuenta con asientos extensibles y herrajes cromados en los cabeceros que le dan una vista única, así como la posibilidad de regularlos.



Destaca por su excelente calidad en tapicería, con costuras dobles reforzadas y almohadones de espuma de alta densidad que ofrecen líneas bien definidas. El sofá Velvet es desenfundable mediante un sistema de cierres, permitiendo lavarlo en lavarropas doméstico sin

desmontar el tapizado de la estructura. Además, ofrece una amplia gama de telas y colores para combinar con cualquier ambiente.

- **Sofá Némesis**

Este sofá tiene la particularidad de contar con asientos extensibles para descansar cómodamente las piernas, así como también el mismo asiento puede elevarse para guardar objetos dentro del módulo. Cuenta también con apoyacabezas reclinable hasta 7 puntos para encontrar la posición justa para una comodidad extrema. Cuenta, además, con estructura reforzada de madera maciza y la mejor calidad en tapicería, con costuras dobles reforzadas de gran resistencia. Disponible en distintos tipos de tela.



- **Sofá Freya**

Sofá de alta gama. Cada elemento del sofá ha sido diseñado para proporcionar una experiencia de relajación inolvidable. Cuenta con brazos deslizantes y una baulera guarda objetos, lo que brinda una solución de almacenamiento práctica y eficiente. Los cabeceros cromados son multi posición, lo que permite una personalización completa para adaptarse a las necesidades individuales.



Todas sus versiones se pueden fabricar en cuero (piel animal), lo que lo convierte en la opción ideal para aquellos que buscan una elegancia y lujo incomparables en su hogar.

- **Sofá Ángelo**

Tiene la particularidad de contar con asientos extensibles y apoya cabezas reclinables con varios puntos, que te ayudará a encontrar la posición justa para un confort único.

Cuenta con 2 taburetes incluidos en la estructura y 2 bauleras debajo de los brazos, brindando más espacios de sentado y de guardado, sin ocupar lugar.



Los asientos, están compuestos de espuma de 30kg/m3, en doble capa: soft e hiper-soft, revestido con guata de 300 gr con la finalidad de proteger las capas de espuma y garantizar mayor confort. A su vez, cuentan con un bastidor metálico y resortes en zigzag, ofreciendo así una larga vida útil al sofá.

El resto de su estructura es de madera maciza, secada a horno y con tratamientos anti-hongos. Además, posee un preparado especial con materiales de primera calidad para que al tapizar se cuiden las telas y evitar así el contacto directo con la madera.

También, cuenta con la mejor calidad en tapicería, con costuras dobles reforzadas de gran resistencia. Los almohadones están rellenos de vellón siliconado en un 90%, y copos de espuma en el 10% restante. Estos copos le brindan más estructura al almohadón y evitan el apelmazamiento del vellón.

Un sofá Velvet, cuenta con la posibilidad de ser desenfundable (con sistema de cierres) y lavable en el lavarropas doméstico. (NO se desmonta el tapizado de la estructura)

Tela a elección, todas con amplia variedad de colores para combinar con tu ambiente.

Se puede encontrar en distintas versiones:

- 1 plaza (1.00m ancho x 95cm profundidad x 1.00m alto)
- *2 plazas (1.90m ancho x 95cm profundidad x 1.00m alto)*
- 2 plazas + chaise longue (2.50m ancho x 1.80m parte fija x 1.05m alto)
- 3 plazas (2.20m ancho x 95cm profundidad x 1.05m alto)
- 3 plazas + chaise longue (3.00m ancho x 1.80m parte fija x 1.05m alto)

1.8 Oferta exportable

Velvet tiene como objetivo a mediano y largo plazo expandirse a nivel internacional, buscando llevar sus diseños y confort a diferentes rincones del mundo. Para

comenzar con esta expansión deberán aumentar su producción, para lo que necesitarán aumentar la infraestructura de sus galpones de producción y la compra de maquinaria específica para el armado de sofás como:

- Máquina de control numérico para corte de tela que cuesta 140.200 dólares (fue adquirida recientemente).
- Máquina de control numérico para corte de espuma que cuesta 1.400.000 dólares (fue adquirida recientemente).
- Máquina de control numérico para corte de madera que cuesta 22.800.000 dólares.
- Máquina abridora de Vellón que cuesta aproximadamente 5300 dólares.
- Auto elevador que cuesta 25000 dólares.
- Camiones (se adquirió uno recientemente).

Esto implicaría también la contratación de más personal para llevar a cabo las nuevas actividades.

La oferta exportable se centrará en el sofá "Ángelo" el cual es uno de los más vendidos en el mercado local gracias a su diseño innovador y las comodidades que ofrece, tales como taburetes y bauleras, que se ocultan para no ocupar lugar, entre otras características ya mencionadas en la descripción hecha del producto en páginas anteriores.

Cada sofá cuenta con una medida de 1,90mts. x 0,95mts. x 1mts (largo x ancho x alto), cada uno se coloca en una caja de 2,10mts. x 0.95mts. x 1mts. Utilizando un contenedor de 40' se pueden colocar hasta 24 sillones, que se distribuirán en una fila apilable de 12 sillones. Utilizando un contenedor de 20' se pueden colocar hasta 12 sillones, distribuidos en una fila apilable de 6 sillones.

Posición arancelaria: 9401.61.00.600C

Sección **XX**

94 Muebles; mobiliario medicoquirúrgico; artículos de cama y similares; luminarias y aparatos de alumbrado no expresados ni comprendidos en otra parte; anuncios, letreros y placas indicadoras luminosos y artículos similares; construcciones prefabricadas.

9401 Asientos (excepto los de la partida 9402), incluso los transformables en cama, y sus partes.

9401.6 Los demás asientos, con armazón de madera.

9401.61.00 Con relleno.

9401.61.00.600C Sillones y sofás.

1.9 Derecho de exportación y reintegros

Derecho de exportación: 0%

Reintegro Intrazona: 8%

Reintegro Extrazona: 8%

1.10 Requisitos de exportación - intervenciones de comercio exterior

Los requerimientos a realizar antes de exportar son los siguientes:

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

Al momento de exportar, se requerirá:

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

1.11 Competidores

A continuación, se detallan las principales empresas exportadoras de la partida 940161 de Argentina.

Razón Social: Phase2 S.R.L

Marcas comerciales: Ph2

Domicilio: Boedo Av. 746, Ciudad Autónoma de Buenos Aires.
Teléfono: (+54) 11 49317741
Sitio Web: www.phdos.com.ar
E-Mail: ventas@phdos.com.ar

Razón social: Chilly Design S.R.L
Marcas comerciales: Chilly
Domicilio: Agustín Álvarez 49, Victoria, Buenos Aires
Teléfono: (11) 38197522
Sitio Web: www.chilly.com.ar
E-Mail: ventas@chilly.com.ar

Razón social: Fabrello y Cía. S.A
Marcas comerciales: Chera; Litoral colchones
Domicilio: Ruta Provincial N°2, Chajarí, Entre Ríos
Teléfono: 03456 421078
Sitio Web: www.litoralcolchones.com.ar www.chera.com.ar
E-Mail: info@litoralcolchones.com.ar info@chera.com.ar

Pallarols Carlos Alberto
Domicilio: Calle Defensa 1039, Ciudad Autónoma de Buenos Aires.
Teléfono: +54 11 43617360
Sitio Web: www.pallarols.com.ar
E-Mail: info@pallarols.com.ar

1.12 Conclusión de la primera parte

Velvet es una empresa nueva, con solo 3 años de antigüedad, que tuvo un gran crecimiento en el mercado local logrando un buen posicionamiento, esto se dio gracias a la calidad y originalidad de sus productos y los conocimientos del rubro que poseen sus dueños.

A pesar de que tienen claras intenciones de internacionalizarse, actualmente, no cuentan con la capacidad productiva, maquinaria e infraestructura

para hacerlo, pero se encuentran trabajando para lograr estas adquisiciones en el mediano o largo plazo.

Los sofás y sillones que Velvet produce cuentan con las ventajas competitivas necesarias para poder lograr un buen posicionamiento en el extranjero, por lo que se observa que logrando las mejoras mencionadas y siguiendo por este camino de crecimiento e innovación constante van a poder lograrlo.

Parte II

"INVESTIGACIÓN DE MERCADO"

Aclaración importante: los valores expresados en los siguientes cuadros son en miles de dólares americanos.

2.1 Principales importadores a nivel mundial

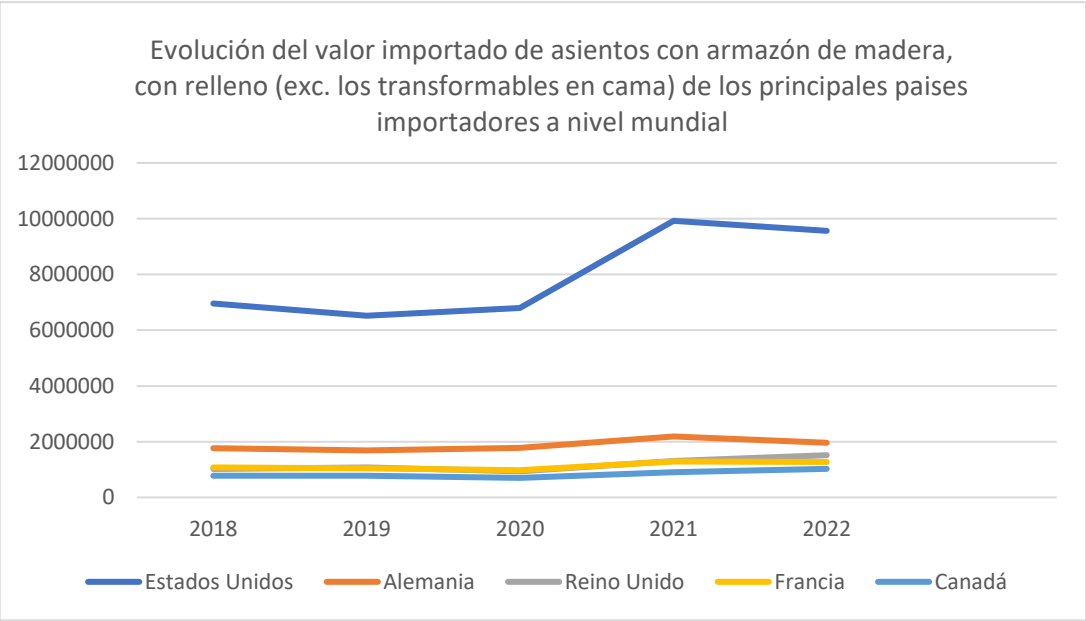
En el siguiente cuadro se observan los principales importadores del mundo en los últimos 5 años de "Asientos con armazón de madera, con relleno (exc. Los transformables en cama)", partida 940161.

Tabla 2: Importadores a nivel mundial de la partida 940161

Importadores	**Valor importado en 2018**	**Valor importado en 2019**	**Valor importado en 2020**	**Valor importado en 2021**	**Valor importado en 2022**
Mundo	18.695.535	18.178.143	17.983.983	24.383.695	23.276.821
Estados Unidos de América	6.954.660	6.519.082	6.792.620	9.923.121	9.559.221
Alemania	1.765.301	1.686.975	1.781.874	2.187.330	1.955.931
Reino Unido	1.022.748	1.078.429	935.299	1.309.817	1.515.383
Francia	1.079.599	1.048.337	977.477	1.289.891	1.270.446
Canadá	778.553	775.617	700.721	907.633	1.025.651

Fuente: Trademap

Gráfico 2: Gráfico de evolución del valor importado por los principales países importadores a nivel mundial



Fuente: elaboración propia con datos obtenidos de Trademap

2.2 Principales importadores de América Latina y el Caribe

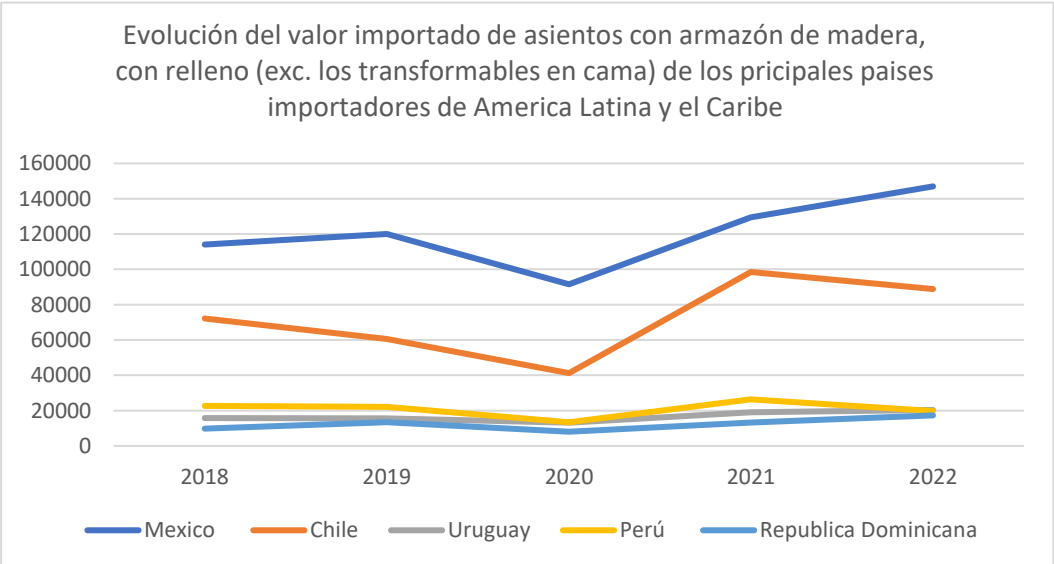
Debido a la distancia que posee Argentina con los principales importadores mundiales de sillones y sofás se decidió investigar los potenciales destinos regionales, para ello, en este cuadro, se pueden observar los principales destinos de las importaciones de dicho producto realizadas en América Latina y el Caribe en los últimos 5 años.

Tabla 3: Importadores de América Latina y el Caribe

Importadores	**Valor importado en 2018**	**Valor importado en 2019**	**Valor importado en 2020**	**Valor importado en 2021**	**Valor importado en 2022**
Mundo	18.695.535	18.178.143	17.983.983	24.383.695	23.276.821
América Latina y el Caribe Agregación	372.468	358.021	255.960	436.770	429.636
México	114.030	119.956	91.532	129.504	147.000
Chile	72.129	60.599	41.223	98.500	88.905
Uruguay	15.847	15.563	13.167	19.049	20.374
Perú	22.637	22.157	13.405	26.372	19.771
República Dominicana	9.815	13.375	8.042	13.222	17.285

Fuente: Trademap

Gráfico 3: Gráfico de evolución del valor importado por los principales importadores de América Latina y el Caribe



Fuente: elaboración propia con datos obtenidos de Trademap

2.3 Principales importadores del producto exportado desde Argentina

En el siguiente cuadro se muestran los principales destinos de las exportaciones argentinas de asientos con armazón de madera, con relleno (excepto los transformables en cama) en los últimos 5 años, en él puede observarse que el principal destino es Uruguay y que las exportaciones argentinas de dicho producto han sufrido una caída abrupta en el año 2020 la cual se mantuvo durante 2021 teniendo un aumento recién en el año 2022 con solo dos países como destino, Uruguay y Estados Unidos.

Tabla 4: Importadores del producto exportado desde Argentina

Importadores	**Valor exportado en 2018**	**Valor exportado en 2019**	**Valor exportado en 2020**	**Valor exportado en 2021**	**Valor exportado en 2022**
Mundo	448	373	127	187	243
Uruguay	141	215	30	64	202
Estados Unidos de América	67	63	79	99	41
Chile	223	67	19	25	
Paraguay	17	29	0		

Fuente: Trademap

Gráfico 4: Gráfico de evolución del valor exportador desde Argentina al mundo



Fuente: elaboración propia con datos obtenidos de Trademap

2.4 Cantidad de exportaciones realizadas en 2022

Tabla 5: Exportaciones argentinas de la partida 940161 realizadas en 2022

Países	Cantidad
Brasil	19
Chile	81
Ecuador	5
Estados Unidos	1275
Francia	3
Italia	493
México	193
Paraguay	296
Reino Unido	1
República Dominicana	5
Uruguay	3066
(en blanco)	
Total general	**5437**

Fuente: Softrade

2.5 Selección de mercados a ponderar

En base a los datos vistos anteriormente se seleccionaron tres de los mercados más convenientes para luego realizar la ponderación.

El primero es Uruguay, ya que según las estadísticas anteriores tiene gran participación en las importaciones de Argentina de este producto, es un país cercano y también pertenece al Mercosur por lo que tenemos un arancel externo común y una deducción en el costo de exportación.

El segundo país seleccionado es Estados Unidos el cual fue sugerido por la empresa, pero además es el mayor importador a nivel mundial y el segundo importador de los productos desde Argentina.

El tercer país es Paraguay, el cual también fue seleccionado por su cercanía y por pertenecer al Mercosur, pero también por sus estadísticas de comercio bilateral con Argentina.

Tabla 6: Ponderación

Indicador	**Valoración**			**Ponderación**
	Uruguay	Estados Unidos	Paraguay	
1. Tamaño del mercado				15
2. Acuerdos bilaterales				15
3. Regulaciones legales				20
4. Riesgo País				15
5. Barreras de entrada				15
6. Distancia geográfica				20
Total				**100**

2.5.1 Tamaño del mercado

Tabla 7: Tamaño del mercado (ponderación)

País	**Población (año 2022)**	**Ponderación**
Uruguay	3.426.260	1
EEUU	333.287.557	13
Paraguay	7.554.796	1

Fuente: Banco Mundial

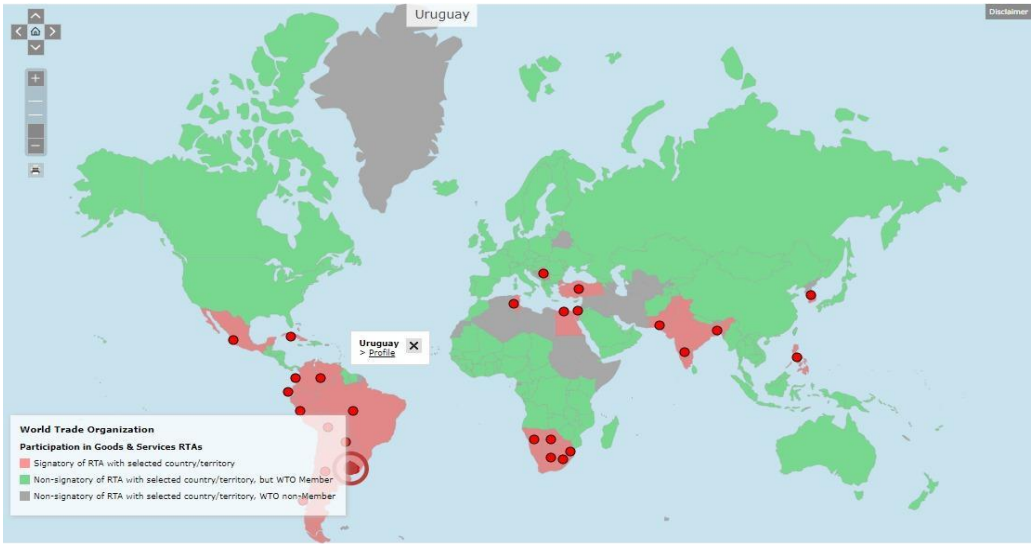
En este cuadro se puede observar la cantidad de habitantes de cada país en el año 2023. Estados Unidos es el país con más habitantes teniendo 100 veces la población de Uruguay y 42 veces la de Paraguay por esto recibe un valor mucho más alto en la ponderación.

2.5.2 Acuerdos bilaterales

Los mapas que se van a exponer a continuación fueron obtenidos de la página oficial de la OMC (Organización Mundial del Comercio) y muestran los acuerdos bilaterales que posee cada país seleccionado con el resto del mundo. Los países de color rojo son aquellos con los que, si poseen un acuerdo, los del color verde son los que no tienen acuerdo pero que si pertenecen a la OMC y por ultimo los países en gris no pertenecen a la OMC.

1) Uruguay:

Imagen 1: Acuerdos bilaterales de Uruguay

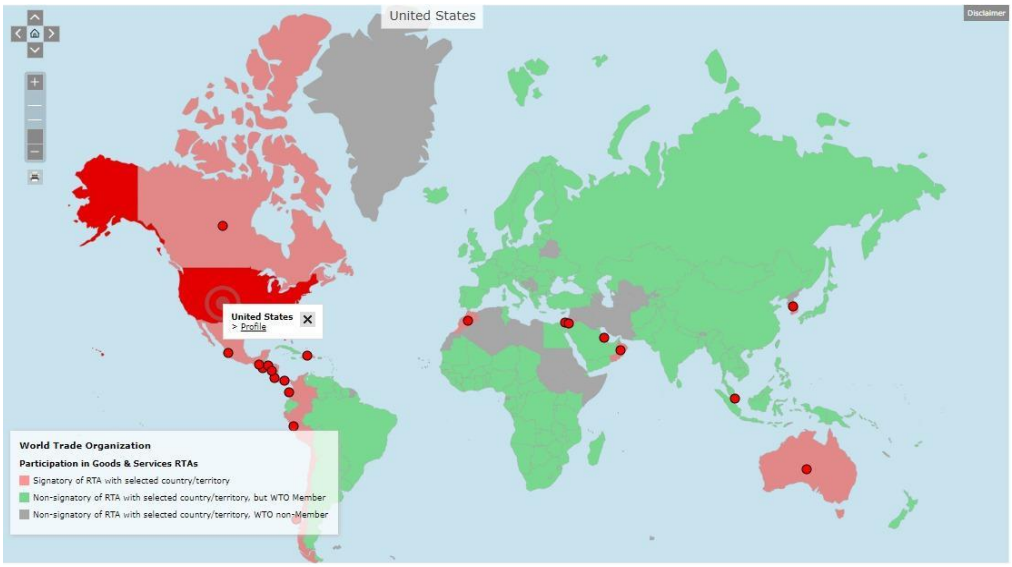


Fuente: Organización Mundial del Comercio

Uruguay posee acuerdos bilaterales con 26 países, se destacan México, India, Corea y Sudáfrica, además de que pertenece al Mercosur. Cabe destacar que no tiene acuerdos con potencias como Estados Unidos, la Unión Europea, Japón y China.

2) Estados Unidos:

Imagen 2: Acuerdos bilaterales de Estados Unidos

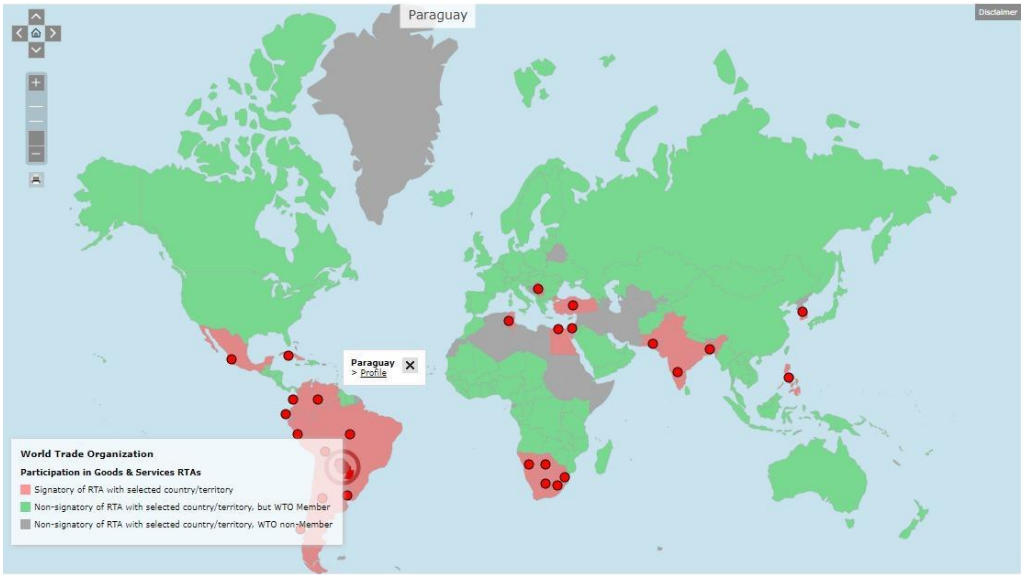


Fuente: Organización Mundial del Comercio

Estados Unidos posee 20 acuerdos bilaterales, entre ellos con países como Corea, México y Canadá. No tiene ningún acuerdo con Argentina ni tampoco con la Unión Europea, China y Japón.

3) Paraguay:

Imagen 3: Acuerdos bilaterales de Paraguay



Fuente: Organización Mundial del Comercio

Paraguay posee 26 acuerdos bilaterales al igual que Uruguay. Tiene acuerdos con países como Corea, India, México y Sudáfrica, y además es parte del Mercosur. No posee acuerdos con Estados Unidos ni la Unión Europea.

Analizando estos datos se evidencia que la situación es muy similar entre Uruguay y Paraguay, por su parte, Estados Unidos posee menos acuerdos, la mayoría de ellos con países de Centro América. Evaluando la cantidad y calidad de dichos acuerdos, su ponderación es la siguiente:

Tabla 8: Acuerdos bilaterales (ponderación)

Países	Cantidad de acuerdos bilaterales	Ponderación
Uruguay	26	6
Estados Unidos	20	3
Paraguay	26	6

Fuente: Organización Mundial del Comercio

2.5.3 Regulaciones legales

Se analiza el grado de apertura de cada país comparando sus respectivos porcentajes de importaciones con relación al PBI del año 2022.

Tabla 9: Regulaciones legales (ponderación)

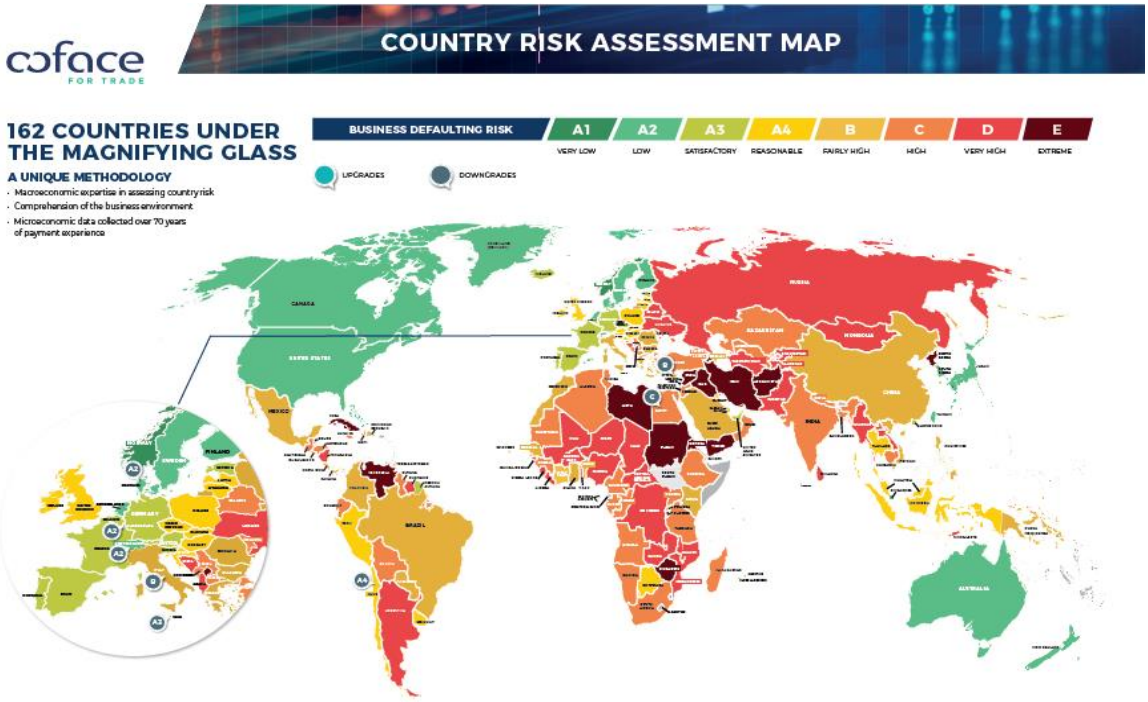
Países	% de importaciones (PBI) 2022	Ponderación
Uruguay	25.9	6
Estados Unidos	14.6	4
Paraguay	39.4	10

Fuente: Banco Mundial

La ponderación otorgada surge de que Paraguay es el país en el que más aportan las importaciones a su PBI con el 39.4%, seguido de Uruguay con el 25.9% y por último Estados Unidos con el 14.6%.

2.5.4 Riesgo país

Imagen 4: Mapa riesgo país



Fuente: Coface

El análisis del riesgo país de los 3 países seleccionados se analizó en base al mapa e informe publicados por Coface al 10/10/2022.

Teniendo en cuenta los 162 países se analizan en base a 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 E (riesgo extremo).

Uruguay se encuentra en el nivel A4 (razonable), Estados unidos A2 (bajo riesgo) y por último Paraguay se encuentra en el nivel B (riesgo significativo).

Teniendo en cuenta los respectivos niveles se les asignó la siguiente ponderación:

Tabla 10: Riesgo país (ponderación)

Países	Riesgo país	Ponderación
Uruguay	Razonable	5
Estados Unidos	Bajo riesgo	8
Paraguay	Riesgo significativo	2

2.5.5 Barreras de entrada

Para analizar las barreras de entrada de los distintos países se utilizaron los derechos de importación y de exportación que corresponden a cada uno. Estos datos fueron obtenidos de "Macmap" y "VUCE". Los Derechos de Importación son: Aranceles de Nación Más Favorecida (NMF) los cuales son aquellos que aplican los miembros de la OMC a los bienes importados de cualquier otro país miembro de la OMC con respecto al principio de Nación Más Favorecida; y Aranceles Preferenciales que son aranceles más bajos que los aranceles de la Nación Más Favorecida, que se aplican a las importaciones de un país que recibe un trato favorecido a través de un acuerdo comercial preferencial o bajo preferencias arancelarias unilaterales.

Uruguay y Paraguay son miembros de Mercosur al igual que Argentina por eso cuentan con beneficios arancelarios.

Uruguay

- Derechos de importación: Arancel de Nación Mas Favorecida (NMF) es de 18%; el arancel Preferencial es de 0%.
- Derechos de exportación: es de 0%.

Estados Unidos

- Derechos de importación: Arancel de Nación Mas Favorecida (NMF) es de 0%.
- Derechos de exportación: es de 0%

Paraguay

- Derechos de importación: Arancel de Nación Mas Favorecida (NMF) es de 18%; el arancel Preferencial es de 0%.
- Derechos de exportación: es de 0%.

Por lo que la ponderación otorgada es:

1) Uruguay: 4
2) Estados Unidos: 7
3) Paraguay: 4

2.5.6 Distancia geográfica

Tanto Uruguay como Paraguay son países limítrofes de Argentina y presentan similitudes culturales. No tanto así, Estados Unidos. A continuación, se presentan las distancias a cada uno de los países.

- Arroyo Seco – Montevideo (Uruguay): 444km en línea recta. 1 día de viaje aproximadamente.
- Arroyo Seco – Nueva York (Estados Unidos): 8.296km en línea recta. 35 días de viaje aproximadamente.
- Arroyo Seco – Asunción (Paraguay): 915km en línea recta. 2 días de viaje aproximadamente.

Estas distancias van a variar según el modo de transporte a utilizar.

Tabla 11: Distancia geográfica (ponderación)

Países	Distancia geográfica (días)	Ponderación
Uruguay	1	10
Estados Unidos	35	2
Paraguay	2	8

2.5.7 Resultados

Los resultados finales son Estados Unidos con 37 puntos, Uruguay con 32 puntos y Paraguay con 31 puntos. Si bien los 3 mercados se encuentran con puntuaciones similares se observa que Estados Unidos es el país que resulta más atractivo de los 3 seleccionados.

Tabla 12: Ponderación definitiva

Indicador	**Valoración**			**Ponderación**
	Uruguay	EEUU	Paraguay	
1.Tamaño del mercado	1	13	1	15
2.Acuerdos bilaterales	6	3	6	15
3.Regulaciones legales	6	4	10	20
4.Riesgo país	5	8	2	15
5.Barreras de entrada	4	7	4	15
6.Distancia geográfica	10	2	8	20
Total	**32**	**37**	**31**	**100**

2.6 Conclusión de la segunda parte

Mediante el análisis de la información recopilada se realizó la ponderación correspondiente sobre los tres mercados seleccionados Uruguay, Estados Unidos y Paraguay, obteniendo resultados muy ajustados.

Sin embargo, el que lidera la ponderación es Estados Unidos con un resultado de 37 puntos sobre 100. En segundo lugar, se encuentra Uruguay con 32 puntos sobre 100 y por último Paraguay con 31 puntos sobre 100.

Al margen de ser Estados Unidos el que obtuvo mayor puntaje, los tres mercados son atractivos para Velvet Comfort & Design ya que no presentan gran diferencia en dicha ponderación. Por lo que el mercado seleccionado para este proyecto es Paraguay, ya que se descartó Estados Unidos porque los datos obtenidos de INTRACEN arrojaron que Argentina ocupa solo el 0.002% del mercado estadounidense de sofás, el cual es liderado por Vietnam y China con un 35% de mercado cada uno, lo que evidencia lo difícil que será para una Pyme como Velvet realizar su primera exportación allí.

Parte III

“ESTUDIO DE MERCADO: PARAGUAY”

3.1 Datos generales

El nombre oficial es República del Paraguay. Su capital es Asunción, siendo esta la ciudad más poblada. Se encuentra situado en la zona central de América del Sur, limitando con Argentina al sureste, sur, suroeste y oeste; con Bolivia al norte y noroeste; y con Brasil al este y noreste. Su territorio está caracterizado por dos regiones diferentes separadas por el río Paraguay. Por un lado, tenemos la Oriental, que es la más poblada, y por otro la Occidental, que forma parte del Chaco Boreal. Si bien es un estado sin litoral marítimo, dispone de costas, playas y puertos sobre los ríos Paraná y Paraguay, que le dan salida al océano Atlántico a través de la Hidrovía Paraná-Paraguay.

3.1.1 Superficie

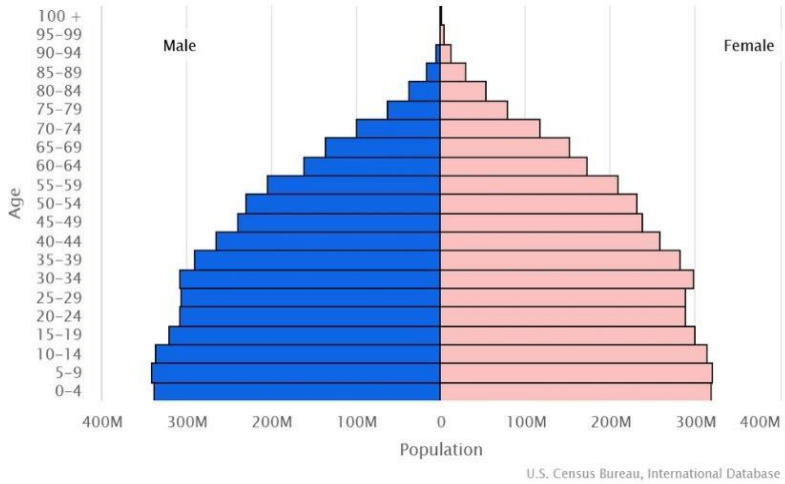
Cuenta con una superficie de 406 752 km², ubicándose así en el quinto lugar de país menos extenso de América del Sur.

3.1.2 Población

Según el último Censo paraguayo en 2022, cerró con 6.780.744 habitantes.

El ritmo de crecimiento medio anual de la población paraguaya al 2022 fue de 1,36% y experimentó una leve reducción en todo el período.

Imagen 5: Pirámide poblacional de Paraguay



Fuente: CIA

Se evidencia que el grupo etario más grande ronda entre los 5-9 años. El Target Group al que apunta la empresa con su producto es a adultos jóvenes de entre 20 y 30 años ya que al ser un sofá de 2 cuerpos es más adecuado para personas que viven solas o en pareja y que viven en espacios relativamente reducidos, ya que no es un sofá de grandes dimensiones.

3.1.3 Idioma

En cuanto a los idiomas el guaraní es reconocido como lengua nacional y el español como lengua oficial.

3.1.4 Moneda

Desde 1943 el guaraní ha sido la moneda oficial de Paraguay. Su conversión respecto al dólar estadounidense (USD) y al peso argentino (ARS), al día 5/12/23, según la página XE, es la siguiente:

- USD/PYG: 1 USD = 7431,7847 PYG.
- PYG/ARS: 1 PYG = 0,0488 ARS.
- ARS/PYG: 1ARS = 20,4862

A lo largo de los años, el guaraní, no ha sufrido grandes devaluaciones y ha logrado la fortaleza suficiente ante los shocks externos y las oscilaciones del mercado internacional.

3.1.5 Principales ciudades

Asunción

Es la capital y la ciudad más poblada de Paraguay. Se trata de un municipio autónomo administrado como Distrito Capital. Sede del principal puerto fluvial, también es el centro cultural del país. Su población es de 521091 y representa el 6,9% de la población total del país.

Ciudad del Este

Está ubicada en el extremo este de Paraguay, en la Región Oriental, es la 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. 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.

Cuenta con 312652 habitantes lo que la convierte en la segunda ciudad más importante de este país.

Luque

Ubicada en el Departamento Central, Luque alberga el Aeropuerto Internacional Silvio Pettirossi. Tiene una población aproximada de 273000 personas.

3.1.6 Principales pasos fronterizos

- Clorinda - Puerto José Falcón, Formosa – Paraguay

Clorinda (AR)- José Falcón (PY) por Puente Internacional San Ignacio de Loyola

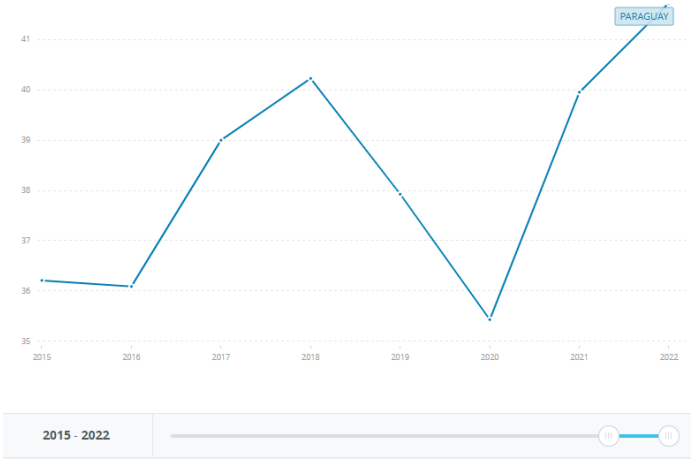
- Posadas - Encarnación, Misiones – Paraguay

Posadas (AR)- Encarnación (PY)

3.1.7 Producto Bruto Interno

Según datos del Banco Mundial (último dato disponible al 2022), el PBI nominal de Paraguay alcanzó un valor cercano a los USD 41,72 mil millones, lo que supone una mejoría de un 17,75% respecto a lo que fue la caída del 2020.

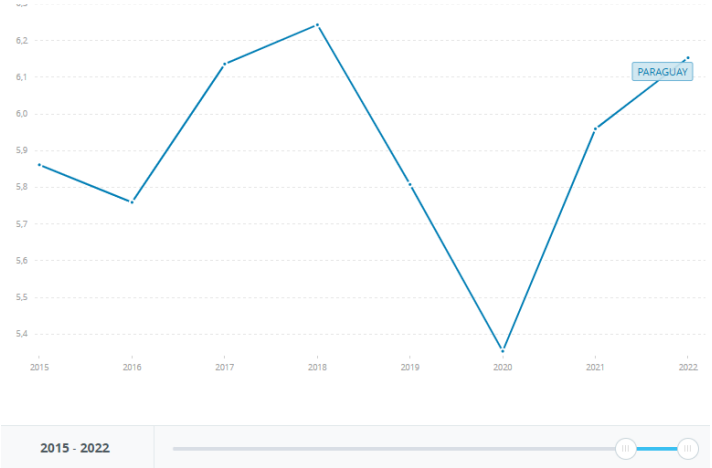
Gráfico 5: PBI de Paraguay en millones de USD (2015-2022)



Fuente: Banco Mundial

En cuanto al PBI per cápita presentó un comportamiento similar al nominal, logrando USD 6153,1.

Gráfico 6: PBI per cápita de Paraguay (2015-2022)



Fuente: Banco Mundial

3.1.8 Inflación

Respecto a la inflación en Paraguay en el último año se registró una inflación de 4,1%, la cual es notablemente menor a las registradas en 2021 y 2022 donde alcanzó un máximo de 8,1%.

Gráfico 7: Tasa de inflación de Paraguay entre 2013 y 2023



Fuente: FMI

3.2 Comercio Exterior

3.2.2 Política comercial

La economía paraguaya es pequeña y abierta, altamente dependiente de la producción agropecuaria y el comercio exterior, en particular de la soja y la carne vacuna.

El relacionamiento económico externo de Paraguay está caracterizado por la alta apertura comercial y la libre movilidad de capitales. Ha adoptado una postura de liberalización comercial, buscando atraer inversiones extranjeras y fomentar el crecimiento económico a través de acuerdos comerciales y medidas que favorezcan la integración en los mercados internacionales.

Paraguay es miembro del Mercosur, lo que implica que gran parte de su política comercial está alineada con las normativas y acuerdos establecidos dentro de este bloque regional. Sin embargo, también busca desarrollar acuerdos comerciales bilaterales y multilaterales con otros países y bloques económicos.

3.2.1 Balanza comercial

Las exportaciones registradas en el año 2022 alcanzaron USD 9.953 millones. Esto representó una disminución del 5,8% en comparación con el año 2021. Las importaciones registradas en el año 2022 alcanzaron USD 14.587 millones. Esto representó un aumento del 16,4% en comparación con el año 2021. Por lo que su balanza posee un déficit comercial de USD -4.634 millones.

En el 2022, Paraguay exportó a 146 países y se registró una concentración del 64,7% en los tres destinos principales: Brasil, Argentina y Chile.

Los principales rubros exportados a estos tres países fueron:

- Brasil: energía eléctrica, maíz, arroz, hilos y cables, habas de soja y carne bovina.
- Argentina: habas de soja, energía eléctrica, aceite de soja, maíz, harina de soja e hilos y cables.
- Chile: carne bovina (refrigerada y congelada), maíz, arroz, harina de soja y tapas de metal para envases.

En el 2022, Paraguay importó de 164 países y se registró una concentración del 62% en los tres principales socios comerciales: República Popular de China, Brasil y Estados Unidos de América.

Los principales rubros importados de estos tres países fueron:

- RP China: teléfonos inteligentes, máquinas para procesamiento de datos, insecticidas, neumáticos, aparatos de televisión y chapas y tiras de aluminio.

- Brasil: automóviles, abonos, insecticidas, máquinas agrícolas y tractores.
- Estados Unidos: gasoil, nafta, abonos, medicamentos, automóviles e insecticidas.

3.2.2 Comercio bilateral entre Paraguay y Argentina

Según un informe de la Agencia Argentina de Inversiones y Comercio Internacional para el cual utilizó datos obtenidos de Trademap e INDEC del año 2021, la participación argentina en las importaciones totales de Paraguay fue del 12,15%. Los sectores identificados con mayores oportunidades de negocios para las empresas argentinas son alimentos y bebidas, vinos, equipamiento, materiales y servicios para el sector de la construcción, *muebles*, maquinarias e insumos para la agroindustria, software, industria naval, medio ambiente, equipamiento médico, moda y diseño.

Imagen 6: Balanza comercial Argentina-Paraguay



Fuente: Agencia Argentina de Inversiones y Comercio internacional

3.2.3 Acuerdos comerciales de Paraguay

Mediante acuerdos comerciales dos o más países acuerdan la concesión de preferencias arancelarias mutuas y la reducción de barreras no arancelarias al comercio de bienes y servicios.

Acuerdos multilaterales suscritos por Paraguay

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

Uniones aduaneras

Paraguay es miembro del MERCOSUR(1)	26 marzo 1991

(1) MERCOSUR: Argentina, Bolivia, Brasil, Paraguay y Uruguay.

Acuerdos de libre comercio

MERCOSUR-Israel	18 diciembre 2007
MERCOSUR-Perú (ACE 58) (2)	30 noviembre 2005
MERCOSUR-Bolivia (ACE 36)	17 diciembre 1996 Vigencia: 28 febrero 1997
MERCOSUR-Chile (ACE 35)	25 junio 1996 Vigencia: 01 octubre 1996

(2) ACE: Acuerdo de Complementación Económica

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) (3)	18 octubre 2004
MERCOSUR-India	25 enero 2004 Vigencia: 01 junio 2009
MERCOSUR-México (ACE N°55)- Acuerdos sobre el sector automotor	31 mayo 1993 Vigencia: 01 julio 1994
México (AAP.R 38) (4)	31 mayo 1993 Vigencia: 01 julio 1994
Argentina (ACE N°13)	06 noviembre 1992 Vigencia: 06 noviembre 1992 Acuerdo Argentina/Paraguay

(3) AAP.CE: Acuerdo de Alcance Parcial de Complementación Económica.

(4) AAP.R: Acuerdo de Renegociación del Patrimonio Histórico de la ALALC (5)

(5) ALALC: Argentina, Bolivia, Brasil, Colombia, Chile, Ecuador, México, Paraguay, Perú, Uruguay y Venezuela.

3.2.4 Situación del sector mobiliario en Paraguay

Las perspectivas de futuro del sector del mobiliario doméstico son realmente positivas. Tanto el crecimiento de la industria de la madera a nivel global, como el crecimiento inmobiliario en Paraguay, son indicadores de que el futuro del sector del mobiliario doméstico seguirá creciendo. Se estima que el 39% de la población de Asunción tiene entre 20 y 40 años, por lo que las necesidades de nuevas viviendas seguirán incrementando.

En conclusión: Paraguay cuenta con una población joven, cada vez más urbanizada y con una tendencia a la demanda de inmuebles urbanos, lejos de los tradicionales modelos rurales. Es por tanto que se puede asumir que el crecimiento del sector continuará en Paraguay durante las próximas décadas.

3.2.5 Competidores en el mercado paraguayo

El mercado de mobiliario doméstico de Paraguay es claramente importador, ya que la producción local es limitada y muy atomizada. Pero dentro de sus principales fabricantes y vendedores se pueden destacar:

- Nature https://www.nature.com.py/
- Mecal muebles https://www.mecalmuebles.com.py/
- Abba https://abba.com.py/

3.2.6 Marcas y patentes

El registro de marca no es de carácter obligatorio si ya se ha registrado el producto en la Argentina. Queda a criterio del exportador registrar o no su producto en Paraguay. Se recomienda de todas formas efectuar el registro porque en caso de no estarlo, se corre el riesgo una vez que el producto esté siendo comercializado en Paraguay, que otra empresa la registre y de esa manera impida que siga siendo comercializada. Si se decide realizar el registro de la marca, la entidad encargada del mismo es el Ministerio de Industria y Comercio, se realiza con patrocinio de uno de los estudios jurídicos habilitados para realizar este procedimiento.

Pasos para registrar una marca en Paraguay:

1- Presentación de Solicitud de Registro de Marca. Se realizará ante la Dirección de la Propiedad Industrial.
2- Examen Formal: lo realizará la oficina, y tendrá por objetivos revisar si la solicitud cumple con los requisitos establecido en la Ley. En caso de que la solicitud cumpla con todos los requisitos, se ordenará la publicación de ella.
3- Publicación: deberá efectuarse una vez que el examen de forma ha determinado que la solicitud presentada cumple los requisitos exigidos por la Ley.
4- Oposiciones. Podrá presentarlas cualquier tercero que tenga legítimo interés, dentro de los sesenta días siguientes a la publicación. De ella, se notificará al solicitante de la marca, quien dispondrá de dieciocho días hábiles para contestar dicha oposición y hacer valer sus alegatos si lo estima conveniente. Si hubiera hechos que probar se abrirá la causa a prueba por cuarenta días hábiles, plazo que empezara a correr a partir de la notificación por cedula a las partes. Una vez cumplido el plazo para efectuar la contestación o en su caso cerrado el periodo de pruebas, el expediente quedará en estado de resolver, sin distinguir si se ha presentado contestación o no. Si se hubiesen presentado una o más oposiciones, ellas se resolverán en un solo acto, mediante resolución fundada.
5- Resolución. En caso de que la oficina determine que no concurre ningún impedimento y que la solicitud cumple con todos los requisitos legales exigidos

por la ley, se determinará la inscripción de la marca, para lo cual, y de manera previa, se deberá realizar el pago de los impuestos y tasas correspondientes.

6- Duración del Registro. El registro de marca tiene una duración de diez años desde la fecha en que es concedido, y puede ser renovado por periodos iguales.
7- Del Uso de la Marca: Se exige el uso de ella. Si no fuera usada la marca durante los cinco años posteriores a su otorgamiento, o si se hubiera interrumpido se usó por más de cinco años, la marca será susceptible de cancelación por no uso. Esta solicitud de cancelación siempre deberá ser presentada por un tercero. Asimismo, también podrá cancelar un registro de marca, cuando en los plazos ya señalados, se hubiera hecho un uso de la marca, que difiera sustancialmente de aquel para el cual se ha registrado la marca.

3.2.7 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.

3.2.8 Muestras y material de publicidad

Se halla en vigencia la Resolución MERCOSUR/RES. Nº.121/96, por el cual se libera de tributos aduaneros y de prohibiciones o restricciones de carácter económico al ingreso de materiales promocionales provenientes de países miembros del MERCOSUR, cumplimentado el formulario aduanero habilitado para el efecto.

3.2.9 Información comercial

Existen dos firmas en Paraguay que suministran informes comerciales, antecedentes judiciales y penales, laborales, deudas sobre empresas y personas al sector financiero local:

Informconf: www.informconf.com.py

Criterion: www.criterion.com.py

3.3 Datos técnicos

3.3.1 Derechos, aranceles y requisitos

Según Macmap el derecho de importación (Arancel de Nación Más Favorecida) de Paraguay para la posición arancelaria 940161 "Asientos con armazón de madera, con relleno (exc. Los transformables en cama)" es de 18%, y el Arancel Preferencial del Mercosur es de 0%.

No cuenta con requisitos reglamentarios.

3.3.2 Documentación específica requerida para exportar

Se necesita un Certificado de Origen para hacer efectivo el Arancel Preferencial del Mercosur del 0%.

3.3.3 Potenciales importadores

MECAL MUEBLES

Prof. Manuel Riquelme casi Campos Cervera (Asunción).

Tel. 021 237 7059

Email. Ventas@mecalmuebles.com.py

Www.mecalmuebles.com.py

LINEAS INTERIORES S.A.

Lillo 1312 esq. Senador Long (Asunción).

Tel. (595 21) 600 678

Email. Interiores@lineas.com.py

Www.lineas.com.py

QUALITY S.A.

Avda. España 2065 (Asunción).

Tel. (595 21) 200 222

Email. Contabilidad@quality.com.py

Www.quality.com.py

ABBA IMPORT EXPORT S.R.L.

Calle Dr. Paiva (San Lorenzo).

Tel. (595 21) 591 224

Www.abba.com.py

3.3.4 Flete

Considerando que un envío a Paraguay se llevaría a cabo vía terrestre, se determina utilizar un semirremolque Sider, por ende, teniendo en cuenta las medidas del sofá Ángelo de 2 plazas 2,10 x 0,95 x 1 m (largo, ancho, alto) y las medidas internas del sider 13,44 x 2,52 x 2,55 m (largo, ancho, alto) entrarían un total de 28 sofás, es decir, 2 filas apilables de 14 sofás cada una.

En cuanto al costo que representa un flete de Rosario a Asunción, Paraguay rondaría los 1800/2200 USD.

3.3.5 Precio de exportación

El precio de exportación es aquel que se utiliza para ingresar los productos al mercado extranjero, se compone del precio de venta en el mercado nacional y todos los costos asociados a la exportación. Al exportar, se emplea el Incoterm FOB (Free On Board) el cual se utiliza como base imponible para el cálculo de los gravámenes que se deberán pagar por dicha operación.

3.3.6 Costos

El primer paso para calcular el precio de exportación es obtener el precio EXW (Ex-Works) el cual se compone de los costos de materia prima y embalaje, en este caso.

Tabla 13: Costos del sofá

DETALLE	PRECIO EN ARS
Estructura	$ 33.812,29
Blanqueado	$ 21.148,45
Tela principal	$ 69.258,00
Partes blandas	$ 107.220,31
Tapizado	$ 1.736,00
Costo sofá	$ 233.175,05
Embalaje	$ 8.000,00
Sofa + embalaje	$ 241.175,05
M.o	$ 48.235,01
Subtotal	$ 289.410,06
Gastos fijos 5%	$ 14.470,50
Costo total	$ 303.880,56
+ 3%	$ 9.116,42
Costo total + 3%	$ 312.996,97

Fuente: elaboración propia en base a datos proporcionados por la empresa

3.3.7 Gastos

Luego se deben considerar todos los gastos vinculados a la exportación del producto, tales como: gastos a depósito fiscal (para los cuales no se tuvieron en cuenta los gastos de almacenaje por contar con 5 días libres), flete a depósito fiscal, certificado de origen, gastos bancarios, digitalización SETI, movilidad y viáticos, honorarios del despachante, y el reintegro del 8%. También se considerarían los derechos de exportación de haber tenido.

Tabla 14: Gastos de exportación

Concepto del gasto	**Pesos**	**Dólares**	**%FOB**
Gastos a Depósito Fiscal	-	635	-
Flete a Depósito Fiscal	10000	-	-
Certificado de Origen	4800	-	-
Gastos bancarios	-	110	-
Digitalización SETI	-	40	-
Movilidad y viáticos	-	50	-
Honorarios Despachante	-	-	1%
Reintegro	-	-	8%
TOTAL	14800	835	9%

Fuente: elaboración propia

3.3.8 Armado del precio FCA Rosario

Imagen 7: Precio FCA Rosario

Gastos a FCA Rosario de la operación	
Fecha actualización:	22/11/2023
Tipo de Cambio:	630,00
Retención:	0%
Reintegro:	8%
Pallets:	-
Categoría productos:	-

Utilidad	VER COLUMNA G
Gastos totales en USD	858,49
Gastos totales en % sobre FOB	9,0%
Valor FCA del Embarque	**16.230,19**
Incidencia puesta a FCA	16,7%

EXW APROX.
13.910,98

PRODUCTO	EXW CAJA $	EXW USD CAJA	FCA USD CAJA	FCA USD UNIDAD	
sofa angelo 2 plazas	$ 312.996,97	$ 645,87	753,54	753,54	30%

Fuente: elaboración propia

Explicación:

Para el envío de los sofás se debe tener en cuenta que se embala una unidad por caja y no se paletiza.

El EXW por caja en USD es el resultado de dividir el costo EXW por caja en pesos $312.996,97 por el TC (tipo de cambio) del día, en este caso al 22/11 ($630,00) más una ganancia del 30% requerida por la empresa.

En base al EXW por caja en USD obtenemos un precio FCA por unidad de 753,54USD, el cual se compone de, el precio EXW por caja en USD de 645,87 al cuál se le suma la incidencia puesta a FCA del 16.7%. La incidencia se obtuvo de hacer el valor FCA del embarque dividido el EXW aproximado menos 1.

El EXW aproximado resulta de hacer el precio unitario en ARS (pesos argentinos) por la cantidad de unidades a enviar (en el medio de transporte elegido entrarían 28 sofás) y eso se divide por el TC del día para obtener el precio en USD. Entonces, (312.996,97*28) / 630

Por último, el valor FCA del embarque es el EXW aproximado más los gastos totales en USD dividido 1 menos el porcentaje de gastos totales sobre FOB. Entonces, (13.910 + 858,49) / (1 - 9%)

4.1 Conclusión

Finalizada la investigación se ha determinado que la exportación del sofá Ángelo hacia Paraguay es una oportunidad sumamente atractiva para que Velvet Comfort & Design comience con su internacionalización, ya que es un mercado que se revela como una elección estratégica en términos de costos logísticos por su cercanía geográfica y en cuanto a tamaño de mercado y competidores locales débiles.

No obstante, se debe destacar que esta operación podrá ser realizada a largo plazo por la limitación actual en la capacidad productiva de la empresa para satisfacer la demanda nacional y la extranjera. Para ello, Velvet, se encuentra realizando grandes inversiones en maquinarias e infraestructura que le llevará tiempo completar.

Un punto esencial para mencionar es la ventaja competitiva de Velvet, la cual radica en su capacidad para generar productos innovadores y de alta calidad en diseño. Esta característica constituye un diferencial significativo en el mercado meta, ya que en Paraguay no existen fábricas de sofás que ofrezcan la misma innovación en diseño que distingue a los productos de Velvet.

En resumen, la internacionalización ofrece a las empresas que la llevan a cabo una serie de ventajas estratégicas que van más allá del simple acceso a nuevos mercados, representa la oportunidad de diversificar las fuentes de ingresos y reducir la vulnerabilidad ante fluctuaciones económicas locales el cual es un factor muy presente en nuestro país. Además, al incursionar en nuevos territorios, se potencia el reconocimiento de la marca y se establece una red de clientes más amplia y diversa.

Velvet, al encontrarse dedicando sus esfuerzos y recursos hacia la mejora de su capacidad productiva para lograr su internacionalización, se encuentra en una senda prometedora para aprovechar estas ventajas, apoyada por su capacidad para ofrecer productos innovadores y de alta calidad, lo cual la coloca en una posición sólida para destacar y competir en los mercados globales.

A continuación, se detalla el plan de acción recomendado:

- Dar a conocer el producto a los potenciales importadores a través de la presencia en ferias y el envío de ofertas personalizadas por e-mail y en caso de ser necesario, a través de llamadas telefónicas.
- Una vez recibida la respuesta comenzar a negociar.

- Ya aceptada la oferta se deben coordinar plazos para comenzar con la producción de los sillones ya que esta actividad demanda tiempo.
- Contratar el medio de transporte a utilizar (camión).
- Realizar la documentación requerida.
- Controlar que la entrega haya llegado en condiciones y mostrarse a gusto con el importador de haber realizado una operación con él para mantenerse en contacto para futuras ventas.

Bibliografía

Agencia Argentina de Inversiones y Comercio Internacional. (2021). *Informe PAIS Paraguay.*

Banco Mundial. (s.f.). *PIB (US$ a precios actuales) - Paraguay*. Obtenido de https://datos.bancomundial.org/indicador/NY.GDP.MKTP.CD?locations=PY

Central Intelligence Agency (CIA). (6 de Diciembre de 2023). *El libro mundial de datos*. Obtenido de www.cia.gov

Centro de Comercio Internacional. (s.f.). *Centro de Comercio Internacional* . Obtenido de intracen.org/es

Centro de Estudios para la Producción. (s.f.). *Análisis de los sectores productos de madera y muebles de madera en la Argentina .*

COFACE. (s.f.). *Coface for trade*. Obtenido de https://www.coface.com.ar/Estudios-Economicos/Rating-table/(geo)/682

Embajada de la República Argentina en la República del Paraguay. (2023). *Guía de Negocios.*

Embajada de la República del Paraguay en la República Federativa del Brasil. (2021). Obtenido de Ministerio de Relaciones Exteriores: www.mre.gov.py

Geodatos. (2023). Obtenido de www.geodatos.net

Gobernación de Alto Paraná. (s.f.). *Gobierno del Paraguay* . Obtenido de http://www.altoparana.gov.py/v0/index.php/ciudad-del-este#:~:text=Por%20su%20poblaci%C3%B3n%20y%20por,habla%20s%C3%B3lo%20dentro%20del%20departamento

Gobierno del Paraguay. (s.f.). *Instituto Nacional de Estadística. Paraguay*. Obtenido de ine.gov.py

ICEX España Exportación e Inversiones. (2021). *El mercado del mobiliario doméstico en Paraguay.* Asunción.

Leiva, J. M. (2016). *Análisis de mercado en Argentina sobre la capacidad de cumplir con criterios de sustentabilidad para el sector mobiliario de madera.*

Market Access Map. (s.f.). *Macmap*. Obtenido de https://www.macmap.org/en//query/results?reporter=600&partner=032&product=940161&level=6

Ministerio de Producción y Trabajo de Argentina. (2019). *Argentina exporta muebles.*

Ministerio de Relaciones Exteriores República del Paraguay. (2022). *Reporte de Comercio Exterior.*

Ministerio de Seguridad de Argentina . (s.f.). *Argentina.gob.ar*. Obtenido de https://www.argentina.gob.ar/seguridad/pasosinternacionales/detalle/ruta/31/Pasarela-La-Fraternidad#:~:text=Pasarela%20La%20Fraternidad%20%7C%20Detalle%20del,frontera%20%7C%20Argentina.gob.ar

Ministerio de Seguridad de Argentina. (s.f.). *Argentina.gob.ar*. Obtenido de https://www.argentina.gob.ar/seguridad/pasosinternacionales/detalle/ruta/1/Posadas-Encarnaci%C3%B3n

Oficina de Información Diplomática. (2023). *Ficha país Paraguay* .

Organización Mundial del Comercio . (2023). *Organización Mundial del Comercio*. Obtenido de www.wto.org

Pérez, A. (5 de junio de 2017). *Vuela viajes* . Obtenido de https://www.vuelaviajes.com/las-ciudades-mas-importantes-de-paraguay/

SoftTrade. (2022). *SoftTrade* . Obtenido de www.softrade.info

TradeMap. (2022). *TradeMap*. Obtenido de www.trademap.org

Velvet Comfort & Design. (2023). *Velvet Comfort & Design*. Obtenido de www.velvetconfort.com

Ventanilla Única de Comercio Exterior . (2023). *VUCE*. Obtenido de ci.vuce.gob.ar

XE. (s.f.). *XE converter*. Obtenido de https://www.xe.com/es/currencyconverter/