

TESIS

INSTITUCION: UNIVERSIDAD DEL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS

CARRERA: LIC. EN COMERCIO INTERNACIONAL

TEMA: PROYECTO DE INTERNACIONALIZACION
DE LA EMPRESA LADY`S
PRODUCTORA DE EXTRACTO DE
ALOE SAPONARIA

PROFESOR: LIC. SEBASTIAN FERNANDEZ

ALUMNO: DANIEL FERNANDO ODDONE

FECHA: MARZO DE 2007

LUGAR: CORDOBA - ARGENTINA

AGRADECIMIENTO

Esta tesis es el resultado de una ardua tarea de investigación, orientada a aportar una guía para la internacionalización de la empresa Lady`s y como base de ejemplo a todo otro estudio de internacionalización, salvando las distancias con la diferenciación del producto.

Este trabajo no hubiera sido posible sin la colaboración de mi familia, que me apoyo y alentó hasta el último momento.

Agradezco a mi tutor de Tesis, Sebastián y también a Maria Cristina, quienes me guiaron tanto en el área técnica como metodológica.

Agradezco también a mis amigos Mexicanos, Ing. Jorge Sturich y Sergio Rizzo, quienes con su trabajo aportaron mucha información de dicho mercado.

Finalmente un agradecimiento a todos los integrantes de Lady`s.

Daniel.



USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR

Córdoba, Marzo de 2007

INDICE

Introducción

Capítulo I EL ALOE Y SU PRODUCCION

1- La empresa

2- El aloe en la historia

2.1- Aloe Saponaria

2.2- Cultivo de Aloe Saponaria

2.2.1- Especies mas cultivadas en nuestro país

2.2.2- Nombres populares

2.2.3- Sinonimia

2.3- Usos del Aloe

2.3.1- Procesamiento

2.3.2- Composición química

2.3.3- Principales áreas productoras

2.3.4- Especies de aloe en peligro de extinción

Capítulo II - NORMATIVAS LEGALES Y COMPETENCIA A NIVEL MUNDIAL

3- Escenario legal

3.1- Certificaciones

3.2- Productores en el mercado interno

3.2.1- Productores en el mercado internacional

3.3- Áreas productoras en México

3.3.1- Sup. Cultivada de sábila por estado

3.4- Precio en el mercado Nacional

3.4.1- Precios en el mercado internacional

Capítulo III - LOGISTICA

4- Posición arancelaria

5- Matriz de Distribución Física Internacional

5.1- Distribución Física en Origen

5.1.1- Adecuación del envase y embalaje

5.1.2- Envase

5.1.3- Embalaje

5.1.4- Matriz de Distribución Física en Origen

5.1.5- Medio de transporte

5.1.6- Matriz de origen costo – tiempo

6- Matriz de distribución Física Internacional

6.1- Matriz de transito Internacional

6.1.2- Matriz relación costo – tiempo

7- Matriz de Distribución Física Internacional

7.1- Matriz Distribución Física en Destino

7.1.2- Matriz en destino costo – tiempo

Capítulo IV – ESTRATEGIA DE NEGOCIO

8- Mercado Mexicano

8.1- Datos básicos

8.1.2- Situación Actual

8.2- Como negociar con México

9- Planificación estratégica

9.1- Objetivos de la empresa

9.1.2- Medio ambiente de la empresa

9.2- Competidores en el sector industrial

9.2.1- Lista de empresas y entidades afines

9.3- Matriz F.O.D.A

9.3.1- Fortalezas

9.3.2- Debilidades

9.3.3- Amenazas

9.3.4- Debilidades

Capítulo V – RENTABILIDAD DEL CULTIVO

10- Rentabilidad del cultivo

Capítulo VI - CONCLUSION

11- Conclusión

BIBLIOGRAFIA

ANEXO



INTRODUCCION

El carácter de su gente, sus atributos geográficos, su habilidad, su dinamismo comercial, cultural, industrial, el apoyo político, su tradición empresarial y su formación académica, diferencian a los territorios y a las industrias unas de otras como a dos individuos de edades, sexos o razas distintas.

Algunas de las empresas de este rubro, inician sus actividades como micro emprendimientos, otras con un mayor valor agregado y un mayor grado de inversión, pero lo que realmente las diferencia, además de lo anteriormente expresado, es la mentalidad empresarial, de crecimiento a mediano y largo plazo y la visión de futuro.

El objetivo general de esta tesis es la elaboración y dirección del proyecto.

Este trabajo, pretende reflejar la situación actual de una pyme y las acciones que debe tener en cuenta al momento de internacionalizar su empresa, marca y producto.

Estas acciones son fundamentales para que la operación se realice con éxito, ya sea desde adquirir la materia prima, el análisis de costos logísticos hasta destino, el marketing a utilizar y todo factor fundamental que lleve a desarrollar nuevos mercados.

Todos y cada uno de estos factores, obligan a esta búsqueda que no queda resuelta con la simple trazabilidad de ideas, sino que además llevadas a la práctica, es el punta pie inicial para la introducción del producto y por ende la empresa al mercado deseado.

CAPITULO I

LA EMPRESA

La empresa Lady`s S.A., es una Pyme, ubicada en la localidad de Villa de Soto (ver anexo –Pág. IX), al norte de la provincia de Córdoba, la cual inicia sus actividades en el año 1991, con una inversión mínima de capital de \$ 15000.

La empresa es una empresa familiar, con su estructura constituida de forma vertical.

El director de la empresa, Juan Bartolomé Cersana, sus dos hijos, Francisco, el cual posee título universitario de Ingeniero Químico y Alberto, recibido de Ingeniero Biólogo.

Cuentan además con 5 empleados directos, y el asesoramiento esporádico de un profesional independiente, el cual es un Ingeniero Agrónomo radicado en la zona.

La empresa cuenta además con un predio de 1000 m², de los cuales 550 m² son cubiertos y una capacidad ociosa de 100 m², también cuentan con 200 hectáreas de plantación propia de aloe saponaria, pero en la actualidad mantienen una disponibilidad de 250.000 plantas provenientes de distintos productores ya sea de la zona, o provenientes también de productores radicados en la provincia de Santa Fe y La Rioja.

Estos productores son proveedores de la materia prima (hoja de aloe saponaria).

Desde sus inicios en el rubro la empresa Lady`s, se especializo en producir extracto de aloe Saponaria.

Este producto, inicialmente se importaba en la década del 90` en su gran mayoría desde California, que cabe aclarar es un gran procesador de esta planta (de la variedad Barbardensis Miller).

En la actualidad la gran mayoría de laboratorios que importaban la materia prima, ya sea en extracto o en gel, algunos de ellos, se vieron forzadas a cambiar por este flamante proveedor nacional, el cual fue favorecido también por la devaluación ocurrida en Argentina en el año 2002.

Durante el transcurso del año 2005, la empresa Lady`s S.A, decide iniciar una transformación interna y ampliar tanto sus productos como sus mercados, para ello y desde sus inicios viene realizando inversiones en equipamiento y realizando contrataciones de servicios de personal profesional para acompañar dicho proceso.

Dentro de ese grupo de trabajo el cual estoy incluido como asesor en Comercio exterior, participaron también profesionales en materia informática y Marketing.