

**UNIVERSIDAD DEL SALVADOR**

**Facultad de Ciencias Económicas**

**Trabajo de Postgrado para optar el título de**

**Magister en Comercio Internacional**

**PROYECTO DE EXPORTACION DE ARANDANOS**  
**DESDE LA ARGENTINA HACIA ESTADOS UNIDOS**

Autora: Claudia Patricia Córdoba Arce

Tutor: Jorge Colatruglio

UNIVERSIDAD  
DEL SALVADOR

Buenos Aires, diciembre de 2004

TESIS: MAESTRIA EN COMERCIO INTERNACIONAL

PROYECTO DE EXPORTACION DE ARANDANOS



## TABLA DE CONTENIDO

	Pag.
INTRODUCCION	1
1. IDENTIFICACION DE LA IDEA	10
2. PERFIL PRELIMINAR	18
3. ANTEPROYECTO DEFINITIVO	50
4. PROYECTO DEFINITIVO	66
CONCLUSIONES	80
LISTA DE CUADROS	85
LISTA DE GRAFICOS	86
BIBLIOGRAFIA	



USAL  
UNIVERSIDAD  
DEL SALVADOR

## **INTRODUCCION**

Según un planteamiento universal el cual asegura que el crecimiento de la economía de un país depende de la producción de más y mejores bienes y servicios; y dado que la existencia de recursos suele ser inferior a las necesidades de la población. Se hace necesario aplicar procesos racionales de utilización de factores que garanticen el mayor aprovechamiento de los mismos y de esta forma canalizar los recursos hacia programas y proyectos que lleven bienestar a la población.

Hoy día con la globalización y el desarrollo de las comunicaciones, el abanico de alternativas para llevarle satisfacción a la población es mucho más amplio y por lo tanto mas competitivo.

La dotación de factores productivos al ser tan diversa en los diferentes países, hace que presenten diferencias en los costos de producción y que por ende se intensifique el intercambio comercial entre naciones.

La producción a gran escala ha hecho que las empresas tengan que buscar mercados en el exterior para seguir creciendo o en el peor de los casos las crisis económicas en los países hace que los empresarios busquen una forma de diversificar riesgos; y una forma de minimizar los riesgos a los que el mercado nos expone es planificar y así hacer uso óptimo de nuestros recursos.

**1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

Debido a la situación de crisis que atraviesa La Argentina, en la cual se ha agudizado aun más el desempleo, se hace necesario buscar nuevos nichos de mercado para nuestros productos o expandirse aun más en los que ya existen.

Estados Unidos es un país que a pesar de haber sido decretado en estado de recesión económica los síntomas que presenta no son de connotaciones tan grandes como los países de América Latina, por tal motivo no deja de ser un mercado tentativo y más aun cuando se trata de un producto estacional como es el caso del arándano, el cual es originario de Canadá y Estados Unidos y cuyo aumento en el consumo y el mantenimiento sostenido de su demanda durante todo el año hace que los precios se disparen durante los meses de abril y octubre (período de cosecha en hemisferio sur) lo que constituye para nosotros una importante ventaja comparativa si tenemos en cuenta que el consumo de esta fruta tiene cada día más auge en Los Estados Unidos y a la vez la devaluación del peso argentino es un mecanismo que incentiva las exportaciones y nuestros productos se vuelven mas baratos para los extranjeros.

Con todos estos antecedentes y a pesar de que el 98% de los arándanos que se producen en el mundo se producen en el hemisferio norte y el 2% restante se produce en el hemisferio sur, Los Estados Unidos es un país que ofrece un panorama llamativo para la exportación de arándanos no solo porque este es un producto que forma parte de la cultura de consumo de los estadounidenses sino también por la estabilidad económica que este país se preocupa por mantener.

## **2. OBJETIVOS**

### **2.1 Objetivo General**

Identificar las debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas que presenta el proyecto y evaluar su factibilidad.

### **2.2 Objetivos Específicos**

- Buscar nuevos mercados para nuestros productos y de esta manera dispersar cada día mas el mercado de nuestros productos (incluyendo el mercado local).
- Calcular los costos de exportación del proyecto.
- Calcular el precio del producto en el mercado local y extranjero y con esto determinar que tan competitivo se puede ser en el mercado extranjero.
- Determinar cuales son los cambios a realizar o medidas a tomar para llevar a cabo el proyecto.
- Determinar cuales van a ser los supuestos sobre los cuales el proyecto va a trabajar.

## **3 JUSTIFICACIÓN**

Este estudio contribuye en la búsqueda de nuevos mercados o la expansión de los mismos que ayude a que los mercados se vuelvan cada día más dispersos debido a que la globalización ha vuelto a los países más susceptibles a los cambios económicos, políticos y sociales.

## **4 MARCO DE REFERENCIA**

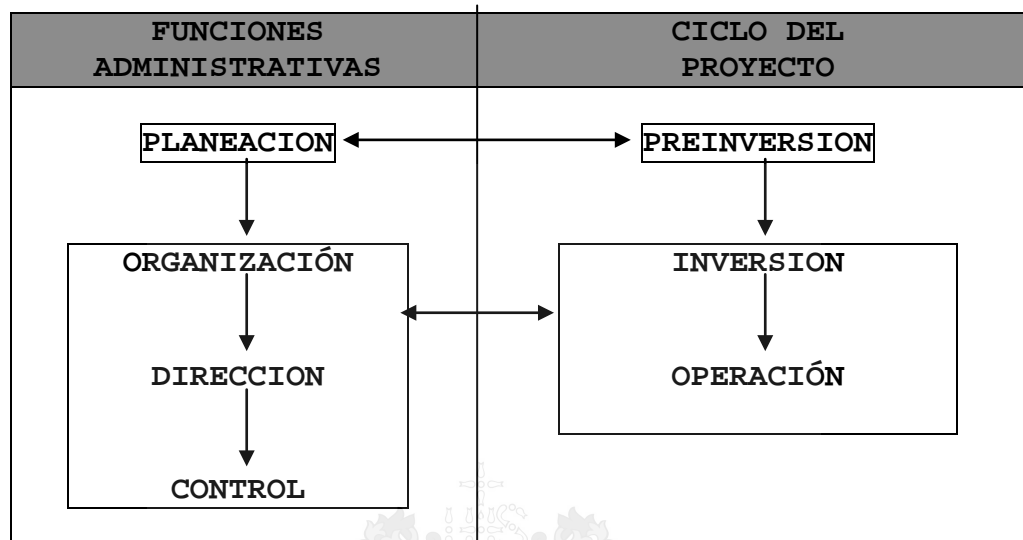
Con el fin de garantizar que las inversiones resulten lo mas provechosas posibles para sus propietarios (particulares u oficiales) y desde luego para la comunidad, es necesario estudiar y analizar cuidadosamente los proyectos antes de movilizar recursos hacia su realización.

Un proyecto es la búsqueda de una solución efectiva e inteligente al planteo de un problema tendiente a resolver entre tantas, una necesidad humana.<sup>1</sup>

Las diferentes etapas que recorre un proyecto desde que se concibe la idea hasta que se materializa en una obra, son: preinversión, inversión o ejecución y

operación o función. Las etapas del ciclo del proyecto se desarrollan en el ciclo básico de la acción administrativa de la siguiente manera:

**LAS FUNCIONES ADMINISTRATIVAS Y EL CICLO DEL PROYECTO**



Un proyecto de inversión es una decisión sobre el uso de recursos con el objetivo de incrementar, mejorar o mantener la producción o prestación de servicios e/o incrementar, mejorar, mantener o recuperar la capacidad de generación de beneficios de un recurso humano o físico<sup>2</sup>. En este trabajo vamos a trabajar sobre la primera etapa del ciclo del proyecto.

En el proceso de identificación, formulación y evaluación de proyectos (preinversión) se distinguen cuatro etapas y según el Instituto Latinoamericano de Planificación Económica y Social (ILPES) son:<sup>3</sup>

- Identificación de la Idea: Esto significa observar a nuestro alrededor y descubrir cuales son las tendencias; muchas oportunidades de negocio se encuentran por descubrir tendencias.

La tendencia es la dirección o secuencia de eventos que tiene algún momento y durabilidad<sup>4</sup>.

<sup>1</sup> REY, Alicia Elsa. *Curso de Capacitación: Evaluación de Proyectos de Comercio Exterior*, Buenos Aires: Banco Ciudad 2000, p.2

<sup>2</sup> Ibid, p.2

<sup>3</sup> CALAIACOVO, Juan Luis y otros. *Proyectos de exportación y estrategias de marketing internacional*, Buenos Aires: Ediciones Macchi 1993, p.114.

<sup>4</sup> KOTLER, Philip. *Marketing Mangment*, New Jersey: Ediciones Prentice Hall 1997, p.148 “A trend is a direction or sequence of events that have some momentum and durability”

La diferencia entre moda y tendencia es que la primera es impredecible, tiene vida corta, y no tienen un significado social, político y económico. A diferencia de estas las tendencias son mas predecibles y revelan la forma del futuro( es proyectiva), tiene longevidad, es observable a través de las diferentes áreas del mercado y las actividades del consumidor; y el descubrimiento de estas tendencias depende de la percepción que tenga el individuo.

La percepción es el proceso por el cual un individuo selecciona, organiza e interpreta información que entra a crear una significativa imagen del mundo<sup>5</sup>; por lo tanto se debe llevar a cabo acciones basadas en la probable existencia de necesidades insatisfechas, o bien recursos no explotados.

En definitiva en esta etapa se determina la oferta exportable, las restricciones que se presentan, las oportunidades (demanda) del exterior, sector económico y geográfico donde se insertará el proyecto, lo cual nos dará una panorámica sobre los recursos naturales, técnicos y humanos disponibles y sobre las condiciones socioculturales favorables o desfavorables para el desarrollo del proyecto en la región.

Si se hace referencia a un proyecto en el sector agrícola, se precisan conocer en principio las condiciones de clima, las características del suelo y la variedad de producción, la modalidad del cultivo (latifundio o minifundio), la tecnología empleada, la disponibilidad de vías y medios de transporte, las costumbres, técnicas y canales de comercialización y distribución utilizados, etc.

- Anteproyecto Preliminar: Es la realización de análisis basándose en las primeras informaciones ciertas disponibles sobre el tema bajo estudio, en el cual se realiza la preselección de países con potencia para el destino de nuestro producto o servicio, en esta etapa se define claramente el producto (características técnicas, usos, materiales de fabricación, beneficios, posición arancelaria, preferencias arancelarias, productos sustitutos y productos complementarios, etc.), se identifican las oportunidades de exportación (demanda insatisfecha), se realiza el Análisis Macroambiental de la situación (se analizan los aspectos políticos, económicos, socioculturales, tecnológicos, legales y geográficos que pueden afectar el proyecto), estimación del costo de transporte y frecuencia (se calculan los costos de transporte del producto a

---

<sup>5</sup> Ibid, p.185