



Facultad de Ciencias Económicas

Departamento de Comercio Internacional

Licenciatura en Comercio Internacional

Exportación de Mantequilla de Maní al Mercado del Reino Unido

Trabajo de Investigación Final presentado en conformidad para obtener el título de grado de Licenciado
en Comercio Internacional

Profesores:

- Cordiano, Miguel.
- Giannice, Sergio.

Alumnos:

- | | |
|--------------------------|--------------|
| ● Blanco, María Nazareth | L.U: 1067416 |
| ● Contreras, Martina | L.U: 1067739 |
| ● Ramírez Milla, Nicolás | L.U: 1069574 |
| ● Squadano, Facundo | L.U: 1066704 |

Año 2018.

Agradecimientos

Queremos agradecer a todos aquellos que colaboraron de alguna manera con el desarrollo del presente trabajo. Agradecemos a nuestras familias, que nos apoyaron durante toda la carrera y nos incentivaron a siempre seguir adelante.

Gracias a nuestros profesores por enseñarnos todo lo que hoy en día sabemos sobre el Comercio Internacional.

Especialmente agradecemos a:

Nuestro profesor tutor Miguel Cordiano por brindarnos apoyo semana a semana con nuestra tesis y por siempre estar atento a nuestras consultas.

A Sergio Giannice por la paciencia en respondernos todas nuestras consultas y explicarnos todo lo necesario para realizar el trabajo con éxito.

También a Angeles Benítez, Alberto Ortíz, Juan Manuel Roselló Fernández y Ramiro Casabella por aconsejarnos y responder todas nuestras consultas en todo momento.



Índice

Exportación de Mantequilla de Maní al Mercado del Reino Unido	0
Agradecimientos	1
RESUMEN EJECUTIVO	6
INTRODUCCIÓN	9
LA EMPRESA	11
Visión	11
Misión	11
Objetivos	11
Valores	11
Estructura de la empresa	12
Funciones del personal de la empresa	12
Diseño Sitio Web	14
ELECCIÓN DEL MERCADO DESTINO	15
MACROENTORNO	17
Entorno Político	17
Entorno Económico	20
Entorno Sociocultural	21
Entorno Tecnológico	23
Entorno Ecológico	24
Entorno Legal	25
MICROENTORNO	27
Consumo	27
Competencia	28
Potenciales competidores	30
Productos Sustitutos	32
Proveedores	34
Compradores	39
FODA	40
Conclusiones FODA	41
EL MERCADO	42
El desayuno inglés	42
El Turismo en Londres	43
El Turismo en Liverpool	44



El Turismo en Manchester	44
Hoteles	45
Hoteles en Londres	45
Hoteles en Manchester	46
Hoteles en Liverpool	46
SEGMENTACIÓN	48
Cuantificación Demanda	49
CULTURA EMPRESARIAL	51
ESTRATEGIAS	52
Estrategia Genérica	52
Estrategia de Inserción	52
PRODUCTO	53
Descripción del Producto	54
Información Nutricional	55
Envase	55
Envase de plástico:	56
Envase de vidrio:	57
Etiquetado	58
Etiqueta Envase vidrio	59
Etiqueta Envase de Vidrio	60
Ciclo de Vida de la Mantequilla de Maní	61
Matriz BCG	61
Matriz de Ansoff	62
Marca	63
PRECIO	65
Método de Costeo	66
Precio final a los canales de comercialización	66
DISTRIBUCIÓN	67
Estrategia de Distribución	67
COMUNICACIÓN	69
Estrategia de Comunicación	69
OPERACIONES DE LA EMPRESA	71
Proceso de Fabricación	71
Maquinaria para la Fabricación	72
Importación de maquinaria	75
Galpón de la empresa	76



Registro de la Sociedad	77
COMERCIO INTERNACIONAL	79
Unitarización	79
Posición arancelaria Aduana Argentina	80
Documentación para la exportación	81
Incoterm	82
Ingreso al Reino Unido	83
Legislación sobre etiquetado en el Reino Unido	84
LOGÍSTICA INTERNACIONAL	86
Envío de muestras del producto	87
Medio de pago internacional	88
ANÁLISIS FINANCIERO	89
Premisas	89
Inversión inicial	90
Proyecciones financieras	91
Inflación	91
Tipo de cambio	93
Proyección de ventas	94
Precio de Venta	101
Costo de Mercadería Vendida	96
Compras	98
Gastos Administrativos	98
Gastos Comerciales	99
Sueldos	100
IVA	100
Flujo de Fondos	101
Punto de Equilibrio	101
WACC	102
VAN, TIR y PAYBACK	103
Análisis de Sensibilidad	103
CONCLUSIÓN	104
BIBLIOGRAFÍA	105
ANEXO	115
Hoteles ingleses encuestados respecto a la oferta de mantequilla de maní en el desayuno.	115
Cotización del maní: Eula Alimentos	119
Cotización del maní: Manisel	120



Cotización de la azúcar y sal: CGA Maná	120
Cotización impresiones: Gráfica El Tata	121
Producción nacional de maní	122
ANEXO III - CONSIDERACIONES PARA LAS ALERGIAS AL MANÍ	123
Por qué está triunfando la crema de cacahuete en el deporte	125
Cotización Maquinarias para la Producción Molino Coloidal	127
Anexo - Cotización Máquinas Nacionales	130
Anexo - LayOut Empresa Pean Pal. Rawson 400, Morón.	132
Anexo - Certificado de Origen	134
¿Qué son las Aflatoxinas?	135
ANEXO II - COMMON ENTRY DOCUMENT (CED)	136
Gastos Administrativos	138
Gastos de Comercialización: Viaje al Exterior	139



RESUMEN EJECUTIVO

Pean-Pal es una empresa pyme creada en el año 2018 por María Nazareth Blanco, Martina Contreras, Nicolás Ramírez Milla y Facundo Squadano, alumnos de la carrera de Comercio Internacional en la Universidad Argentina de la Empresa. El proyecto nació a partir de la investigación de mercado de productos derivados del maní como es la mantequilla, con proyecciones a futuro que otorgan condiciones muy alentadoras para el desarrollo del negocio.

El mercado de la mantequilla de maní se encuentra en continuo crecimiento. Mientras que Estados Unidos y Canadá son los principales consumidores de crema de maní a nivel mundial, el Reino Unido es el segundo país (seguido de China) con el mayor crecimiento anual de este alimento. Este país registra un aumento del mercado de 5,8% para el 2018, con un valor promedio de consumo per cápita de 300 gramos.¹

Considerada durante años un alimento para niños, e incluso alto en grasas, gracias a fuertes y exitosas campañas publicitarias la pasta de maní logró ganar posición en el mercado británico. Hoy en día es uno de los principales alimentos untables en la mesa familiar inglesa, detrás de la miel y las mermeladas.

Esta tendencia en aumento hacia el consumo de mantequilla de maní incluso llegó a la industria hotelera, donde son los clientes quienes solicitan la inclusión de este producto en los servicios de desayuno, para continuar con la habitualidad de sus desayunos acompañados de mantequilla de maní durante sus vacaciones y ante su falta recurren a abastecerse en los supermercados.

Ante el interés observado, se encuestó a una serie de hoteles, de entre 3 y 5 estrellas y aledaños al centro de Londres, respecto a la oferta de mantequilla de maní en el desayuno que incluyen en la tarifa por habitación. Enfocándonos en la industria gastronómica londinense, es notoria la falta de oferta que existe respecto a la mantequilla de maní en el mercado de porciones individuales.² Lo cual resulta contrario al deseo de consumo que año a año aumenta en la sociedad; en el caso del turismo es especialmente visible en la gran cantidad de visitantes del continente norteamericano al Reino Unido.

¹Statista. PeanutButter UK [en línea]. Fecha de Publicación: Agosto de 2018. [Fecha de Consulta: 15 de Agosto de 2018]. <<https://www.statista.com/outlook/40090400/156/peanut-butter/united-kingdom>>.

² [Ver mails en Anexo - Hoteles ingleses encuestados]



El presente trabajo tiene como finalidad realizar un plan de exportación para ofrecer al mercado hotelero inglés un producto de crema de maní en porciones individuales. El objetivo es abastecer a la industria hotelera con envases de 21 gramos de mantequilla de maní, lista para el consumo de los turistas.

La estrategia de Inserción utilizada es el método de exportación directa considerando que la empresa es nueva pero ya cuenta con el contacto con los proveedores de la industria a la que apunta. Se utilizará a la figura de importador y a la de distribuidor, para abarcar a todo el mercado meta de la manera más eficiente posible y lograr el 50% de participación en el mercado que se espera obtener con este producto en lo que respecta a los hoteles de 3, 4 y 5 estrellas situados en Londres, Liverpool y Manchester.

Para ésto se publicitará a Pean-Pal entre los distribuidores hoteleros con una estrategia de Push, enfocando todos los esfuerzos en comunicar sobre la llegada de la empresa al mercado, y ofreciendo al distribuidor una rentabilidad adicional en el producto para que así lo promueva en su sitio web e incentive las ventas.

La duración del proyecto será de 5 años. Se estima que para el primer año del negocio se realicen ventas por la cantidad de 853.339 unidades de packs individuales de mantequilla de maní, las cuales implican un valor CIF Londres de USD \$181.301,59. Este total se compone por 690.395 unidades de packs individuales de plástico y 162.944 unidades en el formato de frascos de vidrio.

Por otra parte, la inversión inicial del proyecto es de USD \$112.080,99 de los cuales un 60% corresponde a aportes de los socios, y el 40% restante es un préstamo solicitado al BICE a una tasa anual del 37,14%. El Valor Actual Neto es de USD \$223.644,36 y la TIR del proyecto es del 41%, recuperando la inversión inicial en 2 años y 7 meses. Además, por cada 1 USD invertido se obtendrán al final del proyecto 2,99 USD.



ABSTRACT

Pean-Pal is a “pyme” Enterprise established in 2018 by María Nazareth Blanco, Martina Contreras, Nicolás Ramírez Milla and Facundo Squadano, students of the “Licenciatura en Comercio Internacional” career in the Universidad Argentina de la Empresa. The project was born due to a market investigation about products made of peanut, such as peanut butter, with prospects that are very encouraging for the business development.

The peanut butter market is nowadays in constant growth. While the United States of America and Canada are the main peanut butter consumers worldwide, the United Kingdom is the second country (followed by China) with the biggest annual consumption growth of this type of spread. This country registers a 5,8% growth for 2018, with a per capita consumption of 300 grams.

Considered for years a nourish for kids, with high percentage of fats, thanks to strong and successful advertising campaigns peanut butter has gained a favorable position in the English market. Currently it is one of the most common spreads present in the table of families in the UK, right behind jam and honey.

This growing tendency through peanut butter market arrived in the hospitality business, where clients demand this product into the breakfast service to continue with their breakfast habits during holidays. Within the luck of it, they choose to satisfy their need by going to the supermarket.

With these observations, several hotels between 3 and 5 stars from downtown London, or near that location were asked about the offer of peanut butter in the breakfast that they offer to clients. Focusing in the gastronomic industry of London, it is notorious the lack of offer that this product has in the market of spreadable products. This tendency goes against the desire of the society, which grows year to year; in the case of tourism, it is easy to see the number of visitors from the United States of America.

This job aims to make an export plan, in order to offer the hotel industry market a product such as peanut butter in individual portions. The objective is to supply the hotel industry with 21 grams packages of peanut butter, ready for the consumption of tourists.

The insertion strategy used is the method of direct export considering that the enterprise is new, but already has contact with different providers of the hotel industry. Both the figures of importer and distributor will be used, with the objective to embrace all the goal market in the most efficient possible way and achieve a 50% of market share.



To do this, Pean-Pal will be advertised among the hotel industry providers with a Push strategy, focusing all the energy in communicate about the landing of the company in the market, and also encouraging the distributor to promote our product in their web site to increase the sales.

The Project lasts 5 years. It is estimated that in the first year of business there will be sales for 853.339 units of peanut butter with a CIF value of USD 181.301,39. This total is divided between the plastic and the glass sales, where the first ones represent 690.395 packs and the glass portions are 162.944 units.

On the other hand, the first investment has to be USD 112.080,99, where a 60% of it belongs to partner contributions and the other 40% is a loan from the BICE with an annual rate of 37,14%. NPV is valued in USD 223.644,36 and the internal rate of return of the project will be 41%. The investment will be recovered in 2 years and 7 months. Also, for every dollar invested, at the end of the project there will be 2,99 USD. .



INTRODUCCIÓN

El presente trabajo tiene como finalidad investigar al mercado gastronómico hotelero en el Reino Unido y los efectos que genera el turismo en éste; específicamente en relación con su consumo de mantequilla de maní.

El problema que originó el proyecto fue el descubrimiento de un consumidor con necesidades insatisfechas en el mundo gastronómico inglés; cuestión que no sucede en el mercado del retail ya que las opciones allí son mucho más variadas, pero en formato familiar.

El negocio surge para satisfacer esta necesidad en el mercado hotelero.



LA EMPRESA

Pean-Pal es un emprendimiento fundado en el año 2018 en la localidad de Morón, provincia de Buenos Aires. Constituida por los socios Blanco, Contreras, Ramírez Milla y Squadano, nació con la idea de un proyecto de exportación en el cual se le genere una propuesta de valor a un producto como la mantequilla de maní; la cual es producida localmente y cuyo consumo se encuentra en crecimiento a nivel mundial. Buscando nuevas formas de comercializar este producto elegimos como mercado destino al sector gastronómico hotelero. Con una propuesta diferente e innovadora, presentamos envases para un consumo individual, ofreciendo una forma práctica de desayunar con mantequilla de maní.

Visión

“Ser la principal empresa argentina proveedora de mantequilla de maní en porciones individuales para la industria hotelera de Europa“

Misión

“Proveer a los hoteles de todo el mundo un producto de calidad para que brinden un desayuno delicioso y saludable, mejorando la experiencia de los viajeros durante su estadía“.

Objetivos

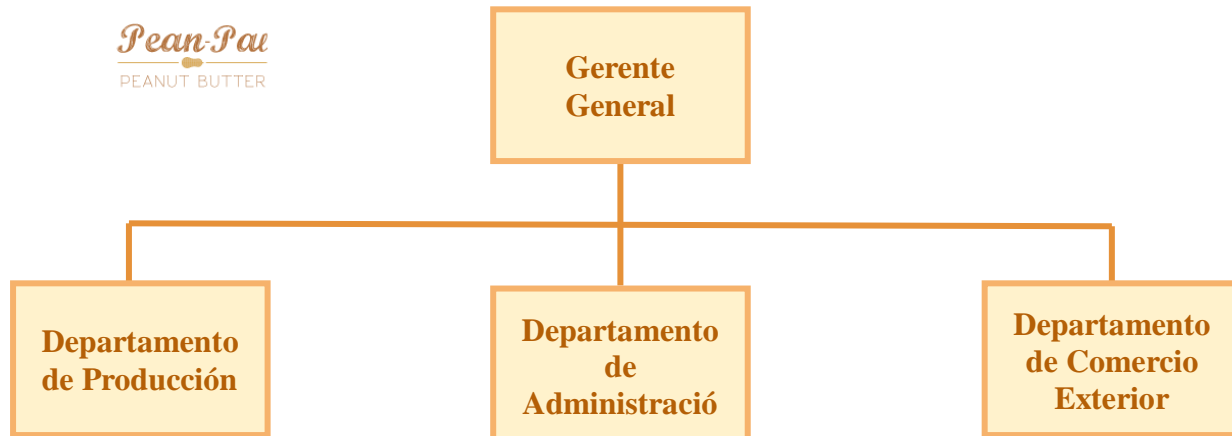
- Realizar tres embarques el primer año a la ciudad de Londres, y adicionar un embarque a partir del segundo año, alcanzando así una participación de mercado del 50% con respecto a los hoteles de 3, 4 y 5 estrellas situados en las ciudades de Londres, Manchester y Liverpool.

Valores

- Orientación hacia el cliente.
- Trabajo en equipo.
- Compromiso.
- Respeto mutuo.
- Responsabilidad social empresaria.
- Foco en productos de calidad.



Estructura de la empresa



La empresa cuenta con una estructura organizacional por funciones, donde se puede encontrar un Gerente General y tres departamentos claves para el desarrollo de nuestra actividad que corresponden a Producción, Administración y Comercio Exterior.

Dentro del Departamento de Producción, se concentran principalmente las tareas de desarrollo del producto y testeos de calidad, como así también las funciones de mantenimiento de las maquinarias.

Con respecto al Departamento de Administración, se llevan a cabo actividades financieras y contables, tanto de cobranzas como de pagos, y además se incluirán las compras tanto de materias primas como de materiales indirectos y servicios.

Por último, dentro del Departamento de Comercio Exterior se realiza la comercialización, investigación de mercados, logística internacional y documentación aduanera.

Funciones del personal de la empresa

La gerencia de la firma se encuentra integrada por:

- Blanco, María Nazareth: Gerente General
- Contreras, Martina: Gerente del Departamento de Producción



- Ramírez Milla, Nicolás: Gerente del Departamento de Comercio Exterior
- Squadano, Facundo: Gerente del Departamento de Administración

Como Gerente General, el rol de Blanco consiste en supervisar las distintas funciones de la compañía, asegurando que se cumplan correctamente los procesos y de la manera más eficiente. Además cuenta con la responsabilidad de afianzar los vínculos de los integrantes del equipo interactuando constantemente con los mismos y buscando solucionar cualquier situación conflictiva que se presente al momento de tomar decisiones.

Por otro lado, Contreras tiene la misión de garantizar los máximos estándares de calidad exigidos por nuestros clientes, buscando la mejora continua en todo momento. Debe ejecutar una adecuada planificación y supervisión de los empleados de producción, además de llevar un control de stocks y almacenes. Trabaja junto con tres operarios, quienes se encargan del funcionamiento de las maquinarias y la línea de producción.

En cuanto a Ramírez, ser el responsable del Departamento de Comercio Exterior implica supervisar principalmente aquellas tareas comerciales relacionadas con el establecimiento de vínculos con los participantes del canal para concretar las ventas, sumado a tareas logísticas de coordinación de embarques asegurando la continua disponibilidad del producto y los correspondientes trámites y documentos aduaneros.

Por último, Squadano tiene como función principal el control financiero y contable asegurando que el proyecto cumpla con las previsiones de ganancias esperadas, complementando sus actividades con el cumplimiento de los pagos a los distintos proveedores, empleados, entre otros, y haciendo un seguimiento constante de las cobranzas a los clientes.

Es importante aclarar que todos los departamentos funcionan como una unidad donde se siguen tres pilares claves de la compañía: transparencia, comunicación y trabajo en equipo. Al igual que nosotros, nuestros empleados trabajan con pasión y enfocados en la autosuperación; ya que el objetivo de todos es lograr el mejor producto posible bajo las condiciones dadas, para satisfacer a los clientes y posicionar a la empresa en el mercado.



Diseño Sitio Web



HOME ABOUT OUR PRODUCT CONTACT US



THE COMPANY

At Pean-Pal we are Peanut Butter Lovers. Is what we do best and we are so proud of that we do not hesitate to say it We deliver a great quality product, in individual packaging that can be easily offered to your most valuable guests.

We know how important your guest are to your business, so we take care of our peanuts at every stage to make sure our product meets the highest standards...

READ MORE

Carefully picked, only the best quality peanuts are used to produce our Peanut Butters. That is why are products are unique and invaluable...

SHOP

Our Products

CONTACT US TODAY



ELECCIÓN DEL MERCADO DESTINO

El objetivo de Pean-Pal es incursionar en nuevos mercados extranjeros ofreciendo un formato práctico para el consumo de mantequilla de maní en el desayuno de distintos hoteles. El motivo de la comercialización en este formato se debe a que se descubrió que el mercado de pasta de maní en envase familiar (500 gr), cuenta con una gran cantidad de variantes de distintas marcas, calidades y sabores, además de que se encuentran disponibles en infinidad de puntos de venta; pero no sucede lo mismo en el negocio gastronómico. En la industria hotelera resulta inusual encontrar crema de maní en el servicio de catering, aún cuando existe un público que la demanda. Para cumplir este deseo del mercado es que se comenzó una investigación de los países con los mayores niveles de consumo de mantequilla de maní. Algunos de éstos son: Estados Unidos, Reino Unido, Holanda, Canadá y Australia.

A partir de la recolección de datos se decidió que el mercado más óptimo para destinar nuestro producto sería el de Reino Unido. Mientras que Estados Unidos y Canadá registran los mayores niveles de consumo de maní a nivel mundial, el Reino Unido es quien registra la mayor tasa de crecimiento anual en el mercado de la mantequilla de maní. El mercado británico presentó para el año 2018 un consumo per cápita promedio de 0,3 kg, y un porcentaje anual de aumento del 5,8% para el próximo periodo 2018-2021.³

Por otro lado, según la última edición del estudio anual realizado por la consultora Euromonitor International, Londres se encuentra en el tercer puesto de las ciudades más visitadas del mundo en 2017; la primera europea, ya que los primeros puestos lo ocupan Hong Kong y Bangkok.⁴

Además, dentro del total de personas que visitan el Reino Unido, la mayor cantidad de turistas son de origen estadounidense; quienes resultan ser los mayores consumidores del producto en el mundo.

Por esto es que ingresar al mercado británico con un producto individualizado para la industria hotelera resulta más que atractivo; teniendo en cuenta la limitada competencia que se encuentra en este ámbito,

³Statista. PeanutButter UK [en línea]. Fecha de Publicación: Agosto de 2018. <<https://www.statista.com/outlook/40090400/156/peanut-butter/united-kingdom>> [Fecha de Consulta: 15 de Agosto de 2018].

⁴ Euromonitor International. Top 100 City Destinations Ranking [en línea]. Fecha de Publicación: 2018. <http://go.euromonitor.com/rs/805-KOK-719/images/Euromonitor%20International_WTM%20London%202017_Top%20100%20City%20Destinations.pdf>. [Fecha de Consulta: 20 de Septiembre de 2018].



y la tendencia hacia el consumo de este producto que existe tanto en América del Norte como en el resto del mundo.

La demanda de mantequilla de maní al momento de desayunar por parte de los turistas tanto locales como internacionales es elevada en Reino Unido, y las intenciones de satisfacer dicha demanda son escasas. Aprovechando dicha oportunidad, el proyecto se diferencia principalmente en la forma de presentación del producto; ya que consiste en mini envases destinados a satisfacer las necesidades del segmento mencionado.

Las cualidades de nuestro producto permiten que su consumo sea sencillo y en la proporción apropiada. Además, es importante destacar la utilización de materias primas de primera calidad, ya que el maní argentino tiene gran reconocimiento a nivel mundial.



MACROENTORNO

País: Reino Unido

Entorno Político

El Reino Unido tiene un sistema político de monarquía parlamentaria, con un gobierno compuesto por un Rey y un Parlamento. Tiene cuatro divisiones llamadas países constituyentes, los cuales son: Inglaterra, Escocia, Gales e Irlanda del Norte. Es un Estado unitario, el cual presenta una devolución parcial de poderes a Escocia, Gales e Irlanda del Norte.

En cuanto a su composición gubernamental, el Rey es la cabeza del Estado, y el Primer Ministro es la cabeza del Gobierno. No hay una constitución, sino que un conjunto de leyes componen lo que se conoce como “CommonLaw”⁵

Índice de corrupción	82 puntos (Rangos: 0: altos niveles de corrupción 100: muy bajo nivel de corrupción)
Índice de Riesgo país	107 puntos
Estabilidad política Año 2016.	0,38 puntos
Deuda pública total Año 2017	2.274.443 millones de dólares

El índice de corrupción del Reino Unido en el año 2017 reflejó un valor de 82 puntos. Actualmente el Reino Unido se encuentra en el puesto número 8 del ranking mundial, considerándose un buen desempeño del país en cuanto a la credibilidad frente a su población.⁶

⁵EcuRed. Reino Unido, Gobierno y Política [en línea]. Fecha de Publicación: 2018. <https://www.ecured.cu/Reino_Unido#Gobierno_y_pol.C3.ADtica>. [Fecha de Consulta: 26 de Agosto de 2018].

⁶Transparency International. UnitedKingdom [en línea] Fecha de publicación: 2018. <<https://www.transparency.org/country/GBR>> [Fecha de Consulta: 26 de Agosto de 2018].



En cuanto a su prima de riesgo, como en los demás países de Europa, para ser evaluado debe compararse con la prima de riesgo de Alemania. En agosto de 2018, la prima de riesgo de Reino Unido fue de 107 puntos; siendo éste el sobrepago que debe pagar el país para poder financiarse en los mercados, en comparación con el país alemán. También se evalúa a los países mediante categorías que van del A1 a E, siendo “A1” muy bajo riesgo y “E” extremo riesgo. Reino Unido actualmente se encuentra en la categoría A3, significando que el riesgo país que posee es Bastante Aceptable.⁷

Considerando la estabilidad política del país, éste indicador se evalúa en un rango de -2,5 a 2,5 significando el primero una estabilidad débil y el restante una fuerte. En el caso del Reino Unido, en el año 2016 presentó un puntaje de 0,38 puntos, sin posicionar al país en ninguno de los dos extremos.⁸

El Reino Unido presentó una situación atípica en los últimos años en cuanto a su deuda pública. En el año 2017 se registró una deuda pública de 2.274.443 millones de dólares. Aunque este nivel de deuda haya sido 8.913 millones menor que el año anterior, el Reino Unido actualmente es uno de los países con mayor deuda pública en el mundo. En el año 2015 este país alcanzó su máxima histórica, alcanzando al 88,20% de su PBI.⁹

Por último, en Junio del año 2016, el Reino Unido decidió votar por la salida del país de la Unión Europea, acción política más conocida como Brexit. A partir de dicho año hasta la actualidad este país ha estado atravesando diferentes negociaciones para determinar los términos de salida. Este proceso genera una situación de incertidumbre e inestabilidad tanto para el país como para sus habitantes, afectando además todos los aspectos económicos de este Estado. Siendo así que la postura de los demás países integrantes de la Unión frente a la salida del Reino Unido es negativa; consideran que no sólo es perjudicial para el país si no para el bloque en su totalidad. De concretarse la salida, podría suceder que el Reino Unido pierda atraktividad como socio comercial para los demás países del mundo y también todos los beneficios de libre mercado que posee actualmente con los países pertenecientes a la Unión.¹⁰

⁷ Datos Macro. Prima de riesgo de los países [en línea]. Fecha de Publicación: 2018. <<https://datosmacro.expansion.com/prima-riesgo>>. [Fecha de Consulta: 26 de Agosto de 2018]

⁸ The Global Economy. Reino Unido: Estabilidad política [en línea]. Fecha de Publicación: 2018. <https://es.theglobaleconomy.com/United-Kingdom/wb_political_stability/> [Fecha de Consulta: 26 de Agosto de 2018]

⁹ Datos Macro. Deuda pública de Reino Unido. [en línea]. Fecha de Publicación: 2018. <<https://datosmacro.expansion.com/deuda/uk?anio=2017>> [Fecha de Consulta: 26 de Agosto de 2018].

¹⁰ Santander Río. Trade Portal. Reino Unido: Política y Economía. [en línea]. Fecha de Publicación: 2018. <<https://es.portal.santandertrade.com/analizar-mercados/reino-unido/politica-y-economia>> [Fecha de Consulta: 26 de Agosto de 2018].





Entorno Económico

El PIB per cápita del Reino Unido en 2017 fue de \$39.591 dólares, ocupando el puesto n°21 en relación a los 196 países del ranking de PIB per cápita. Esto significa que la población cuenta con un buen nivel de vida.¹¹ El Coeficiente de Gini, indicador que mide la desigualdad en los ingresos de un país, en el año 2015 fue de 33,2% para el Reino Unido.¹²

El Índice de Precio al Consumidor registrado en Julio de 2018 fue de 2,5%; muy similar al registrado en el mismo mes del año anterior, valor que correspondió al 2,6%.

De todas maneras, la economía británica se vio afectada por la votación del Brexit en Junio de 2016. Teniendo en cuenta ese mes como parámetro, donde se registraba una inflación anual de 0,3%, se puede observar que la inflación se vio en aumento hasta alcanzar el pico máximo de 3,1% correspondiente al mes de Diciembre de 2017.¹³

La caída de la libra esterlina luego del Brexit generó un gran impacto en los británicos y en su economía. Para el año 2017 se registró un salario medio de 50.673 USD al año, lo que equivale a 4.223 USD por mes.¹⁴ Estos registros demostraron una disminución de 2.007 dólares mensuales, significando una pérdida del poder adquisitivo para los trabajadores británicos. Según registros del 2016-2017 en cuanto a turismo internacional, un 3% menos de británicos viajaron fuera del país.¹⁵ Además, aproximadamente el 57% de los británicos para vacacionar en el 2017 destinaron unos 957 USD de su salario.¹⁶

¹¹ Datos macro. Reino Unido: Economía y Demografía [en línea]. Fecha de Publicación: 2018. <<https://datosmacro.expansion.com/paises/uk>> [Fecha de Consulta: 30 de Agosto de 2018]

¹² Banco Mundial. Coeficiente de Gini en el Reino Unido [en línea]. Fecha de publicación 2018. <<https://data.worldbank.org/indicador/SI.POV.GINI?locations=GB>>. [Fecha de Consulta: 11 de Septiembre de 2018].

¹³ Investing. Reino Unido - Índice de Precios de Consumo (IPC) [en línea]. Fecha de Publicación: 15 de Agosto de 2018. <<https://es.investing.com/economic-calendar/cpi-67>> [Fecha de Consulta: 30 de Agosto de 2018].

¹⁴ Datos Macro. Reino Unido - Salario Medio. [en línea] Fecha de Publicación: 2018. <<https://datosmacro.expansion.com/mercado-laboral/salario-medio/uk>> [Fecha de Consulta: 11 de Septiembre de 2018]

¹⁵ Cerodosbe. El Brexit dilata el turismo en el Reino Unido [en línea]. Fecha de Publicación: 19 de Noviembre de 2017. <https://www.cerodosbe.com/es/viajeros/el-turismo-del-reino-unido-gano-con-el-brexite_520994_102.html>. [Fecha de Consulta: 20 de Septiembre de 2018].

¹⁶ Travellodge. British holidaymakers are shunning Europe to holiday at home this summer – giving the UK economy a boost of £31 Billion [en línea]. Fecha de publicación 4 de Mayo de 2018. <<https://www.travelodge.co.uk/press-centre/press-releases/We-are-Staycation-nation>> [Fecha de Consulta: 11 de Septiembre de 2018]



Entorno Sociocultural

El Reino Unido registró para fin de 2017 una población total de 66.022.273 habitantes.¹⁷ Posee una densidad de población de 272 habitantes por km² convirtiéndose así en un país densamente poblado.

Este país es uno de los más urbanizados del mundo ya que el 90% de su población se concentra en las grandes ciudades y pueblos aledaños a las mismas.

De las grandes ciudades del Reino Unido se pueden destacar Londres, Manchester, Liverpool, Birmingham, Newcastle upon Tyne, Leeds y Sheffield. Estas siete ciudades son las que concentran el 40% de la población inglesa, y las que además atraen más personas como destino turístico.¹⁸

En el Reino Unido las fechas de vacaciones escolares varían según la región; aunque las más largas, y utilizadas para el turismo, son las de Verano. Éstas ocurren entre fin de Julio y principio de Septiembre. También hay vacaciones de medio término, las cuales duran aproximadamente una semana: en Otoño, Navidad, Primavera, Pascuas y Verano.^{19,20}

Según el estudio de Travelodge publicado en Mayo de 2018 se detectó que el 57% de los ingleses eligió su país natal para las vacaciones de verano del corriente año; siendo la costa británica el destino favorito y Londres la ciudad más visitada dentro de los destinos urbanos. Además, se descubrió que los británicos prefieren vacacionar menos días (el 85% realiza en promedio 3 viajes al año, de aproximadamente una semana cada uno) pero gastar más, teniendo en cuenta que el gasto vacacional aumentó un 37% con respecto al año anterior.²¹

Además, grandes cantidades de acontecimientos que suceden en la familia real son motivo de celebración para la sociedad ya que la sociedad británica siente una enorme atracción por su monarquía. Según la consultora Brand Finance se considera que la contribución al turismo es uno de

¹⁷ Banco Mundial. Población total, Reino Unido [en línea]. Fecha de Publicación: 2018. <https://datos.bancomundial.org/indicador/SP.POP.TOTL?locations=GB&year_high_desc=false>. [Fecha de Consulta: 27 de Agosto de 2018].

¹⁸ Inglaterra.Net. Población de Inglaterra. [en línea]. <[http://www.inglaterra.net/poblacion-de-inglaterra/#Distribucion de la Poblacion en Inglaterra y el Reino Unido](http://www.inglaterra.net/poblacion-de-inglaterra/#Distribucion%20de%20la%20Poblacion%20en%20Inglaterra%20y%20el%20Reino%20Unido)>. [Fecha de consulta: 10 de Octubre de 2018].

¹⁹ PublicHolidays Global. UnitedKingdomSchoolHolidays [en línea]. Fecha de Publicación: 2018. <<https://publicholidays.co.uk/school-holidays/>> [Fecha de Consulta: 7 de Septiembre de 2018].

²⁰ Cambridgeshire County Council. School term dates 2018/2019 [en línea]. Fecha de Publicación: 2018. <<https://www.cambridgeshire.gov.uk/residents/children-and-families/schools-&-learning/school-term-dates-&-closures/school-term-dates-2018/2019/>> [Fecha de Consulta: 7 de Septiembre de 2018].

²¹ Travelodge. We are the Staycation Nation! [en línea]. Fecha de Publicación: 4 de Mayo de 2018. <<https://www.travelodge.co.uk/press-centre/press-releases/We-are-Staycation-nation>> [Fecha de Consulta: 11 de Septiembre de 2018].



los mayores beneficios aportados por la corona inglesa. En el año 2016, 2,7 millones de turistas visitaron el Palacio de Buckingham, el Castillo Windsor, el Palacio de Holyroodhouse entre otras atracciones de la realeza. Y en valores, la contribución de la monarquía al turismo en el año 2017 fue de US\$ 2.179 millones.²²

Otro aspecto notable de la sociedad inglesa es su pasión por el fútbol, que no solo atrae a locales, sino que también a extranjeros de todo el mundo. La Premier League (Primera División Inglesa) está compuesta por 20 equipos de todo Inglaterra. Cada partido convoca un promedio de 38.495 espectadores, aunque los partidos más convocantes suelen llevar hasta 90.000 personas en los estadios de mayor envergadura²³.

El fútbol en Inglaterra impacta positivamente en el turismo interno dado que provoca un movimiento interno de personas que siguen a su equipo. También turistas extranjeros viajan para presenciar los partidos más importantes del campeonato, principalmente en Londres dado que esta ciudad agrupa equipos como el Arsenal F.C., TottenhamHotspur, Chelsea y West HamUnited. Por ejemplo en el año 2015 aproximadamente 800.000 extranjeros ingresaron a estadios ingleses para presenciar partidos de la Premier League²⁴. Este campeonato se juega anualmente, desde el mes de Agosto, hasta Mayo del año siguiente, parando durante los meses de Junio y Julio.

²² Brand Finance. Monarchy 2017. The annual report on the value of the British Monarchy. [en línea] Fecha de publicación: Noviembre de 2017. <http://brandfinance.com/images/upload/bf_monarchy_report_2017.pdf> [Fecha de consulta: 20 de Octubre de 2018]

²³ Statista. Premier League Statistics & Facts. Fecha de publicación: 2018. <<https://www.statista.com/statistics/268576/clubs-of-the-english-premier-league-by-average-attendance/>> [Fecha de consulta: 27 de Octubre de 2018]

²⁴ The Guardian. Number of overseas fans at Premier League games rises to 800,000. [en línea]. Fecha de publicación: 10 de septiembre de 2015. <<https://www.theguardian.com/football/2015/sep/10/overseas-fans-premier-league-games-high-800000>> [Fecha de consulta: 28 de octubre de 2018].



Entorno Tecnológico

Si bien el Reino Unido no presenta factores tecnológicos que afecten de manera directa a nuestro producto, la tecnología en el puerto de Londres sí puede ser un factor clave en cuanto al tiempo de liberación de la carga.

El puerto de Londres posee 70 terminales que operan de manera independiente. En cuanto a carga de contenedores se manejan 4 millones de toneladas anualmente. En el año 2013 inició sus operaciones una de las terminales más grandes del Reino Unido, London Gateway Port Terminal. Tiene capacidad operativa para operar con buques Post-Panamax, de los más grandes del mundo. Posee un sistema de manejo de contenedores automatizado tanto en la descarga de los buques, como en su hub logístico, permitiendo poner en la ruta a destino a más de 2000 camiones por día.²⁵

Por otro lado la Autoridad del Puerto de Londres ha instalado un sistema VTS (VesselTrafficServices), compuesto por 14 radares, que permite un seguimiento en vivo una vez que el buque ingresa a la zona portuaria. Esto ha permitido reducir el tiempo de operación de los buques, optimizando los tiempos de espera para entrar a las terminales.

²⁵Ship Technology. London Gateway Port Terminal. [en línea] Fecha de publicación: 2017 <<https://www.ship-technology.com/projects/london-gateway-port-terminal/>> [Fecha de consulta: 29 de Octubre de 2018]



Entorno Ecológico

Londres es una de las ciudades que genera más desperdicios de alimentos en todo el Reino Unido. Si bien es una temática que el país está tratando de solucionar, para fines de 2017 se calcula que el 75% de los británicos desperdician alimentos en buen estado cada semana. Aproximadamente 1,9 millones de toneladas de alimentos son desechadas cada año por las industrias alimenticias, de las cuales 400.000 toneladas podrían ser consumidas.

Estas cifras son alarmantes y es por esto que se busca que los productores de alimentos busquen formatos más innovadores para que sus envases estén adaptados a las necesidades y porciones que realmente quieren consumir sus clientes, buscando evitar que parte de esos alimentos sean desechados en vez de ser consumidos. Como así también se busca una mejor regulación para las etiquetas de los productos, para que éstas reflejen fielmente la fecha de caducidad de los mismos.²⁶²⁷²⁸

El Reino Unido está comenzando a tener una posición fuerte en cuanto a la regulación del uso de plásticos en el país, tratando de generar una concientización relacionada con políticas ambientales que buscan una mejoría tanto a nivel país como en el entorno internacional. Actualmente el Parlamento Británico lleva un rol activo en estas políticas, donde se han reducido considerablemente el uso de los plásticos, eliminando tazas, cubiertos, bolsas, botellas y papelería por materiales biodegradables, compostables y reutilizables. Si bien este movimiento se ve más año a año, son cambios que se hacen de forma espaciada y periódica; teniendo como meta llegar a la totalidad de los resultados esperados en el año 2042.

Se deberá tener en cuenta incorporar materiales biodegradables en un futuro para el envasado de nuestros productos y así poder cumplir con los requisitos y acompañar las políticas aplicadas en el país.

²⁶ Elpais.com. Todos a una en Reino Unido para lograr el consumo responsable. [en línea]. Fecha de publicación: 4 de enero de 2014. <https://elpais.com/sociedad/2014/01/04/actualidad/1388856969_761394.html> [Fecha de consulta: 20 de octubre de 2018].

²⁷ Recycle for London. Love food hate waste. [en línea]. <<https://www.recycleforlondon.com/london-food-waste-facts>>. [Fecha de consulta: 20 de octubre de 2018].

²⁸ The Telegraph. No time for leftovers: The astonishing scale of food waste in the UK and around the world. [en línea] Fecha de publicación: 2 de Enero de 2018. <<https://www.telegraph.co.uk/news/2018/01/02/no-time-leftovers-astonishing-scale-food-waste-uk-around-world/>> [Fecha de consulta" 20 de Octubre de 2018].



Entorno Legal

La Regulación número 1169/2011 sobre la información alimentaria para consumidores de la Unión Europea establece toda la información que debe ser incluida dentro de la etiqueta o packaging de cualquier producto de la industria alimenticia.²⁹

Las normas europeas de etiquetado de los alimentos garantizan a los consumidores una información completa y detallada de su contenido y composición. Éstos deben estar etiquetados con información sobre el valor nutritivo y los alérgenos que contengan; además de indicar el contenido de energía, grasas, grasas saturadas, hidratos de carbono, azúcares, proteínas y sal.

Las etiquetas también deben informar sobre el fabricante, el vendedor, el importador, las condiciones de conservación y la forma de preparación. Las etiquetas no deben poder despegarse y deben ser fácilmente visibles, legibles y comprensibles.³⁰

En cuanto a la información que deben tener las etiquetas de los productos importados ya sea de países pertenecientes o no de la Unión Europea, deberá aparecer:

- Presentación obligatoria del origen del producto
- Nombre y razón social del importador de productos al Reino Unido
- Marcas de identificación o de salud obligatorias.

Es importante tener en cuenta que muchas de estas consideraciones pueden sufrir cambios en caso de hacerse efectiva la retirada del Reino Unido del bloque económico.³¹

Para la importación de plantas, alimentos vegetales, y otros artículos comprendidos por la Unión Europea, se requiere la Certificación Fitosanitaria. Mediante este Certificado se debe comprobar que

²⁹ Gov.uk. Food Labelling: Giving Food Information to Consumers [en línea]. Fecha de modificación: 29 de Noviembre de 2017. <<https://www.gov.uk/guidance/food-labelling-giving-food-information-to-consumers#list-the-ingredients>> . [Fecha de Consulta: 11 de Septiembre de 2018].

³⁰ Unión Europea. Seguridad alimentaria en la UE [pdf]. Fecha de Publicación: Noviembre de 2014. n. 8 <https://europa.eu/european-union/topics/food-safety_es> [Fecha de Consulta: 11 de Septiembre de 2018]

³¹ Comisión Europea, Directorate-general For Health And Food Safety. Notice to Stakeholders withdrawal of the United Kingdom and EU Food Law. [en línea]. Bruselas, 1 de Febrero de 2018 .<https://ec.europa.eu/food/sites/food/files/notice_brexit_eu_food_law.pdf> [Consulta: 11 de Septiembre de 2018].



los alimentos están libres de algún tipo de pesticida comprendido en los Anexos I y II de la Directiva fitosanitaria CE N° 2000/29 / EC1.³²

Según el Codex Alimentarius, colección reconocida internacionalmente que establece guías, códigos y prácticas para los productos alimenticios; los maníes deben cumplir con los Principios Generales de la Higiene en los Alimentos, para garantizar la inocuidad de los mismos, siguiendo un control desde la producción primaria hasta el consumo final del alimento.³³

Las regulaciones alimentarias se ven amenazadas por el impacto del Brexit en el país. Según estudios realizados por académicos y profesionales de la política alimentaria en el Reino Unido, éstas se debilitarían a partir de las negociaciones realizadas con países no pertenecientes a la Unión Europea, como por ejemplo Estados Unidos, Australia y Canadá. Esto no podrá asegurar que se mantengan los niveles de la calidad de alimentos que ingresen al país.

Uno de los principales puntos afectados por el Brexit será el etiquetado de alimentos, junto con el control oficial y la importación de productos alimenticios. Aún existe incertidumbre respecto a estas áreas respecto a si el Reino Unido adoptará una legislación alimentaria similar a la de la Unión Europea o más similar a la de Estados Unidos.

³² Unión Europea. Eu RequirementsForAdditionalDeclarationsOnPhytosanitaryCertificates [en línea] Fecha de Publicación: Año 2000. <https://ec.europa.eu/food/sites/food/files/plant/docs/ph_biosec_trade-non-eu_decl_phyto_certificates.pdf> [Fecha de Consulta: 11 de Septiembre de 2018].

³³ FAO. Codex Standard 200-1995. [en línea] Fecha de Publicación: Año 1995. <http://www.fao.org/fao-who-codexalimentarius/sh-proxy/es/?lnk=1&url=https%253A%252F%252Fworkspace.fao.org%252Fsites%252Fcodex%252Fstandards%252FCODEX%252FBSTAN%252B200-1995%252FCXS_200s.pdf> [Fecha de Consulta: 11 de Septiembre de 2018].



MICROENTORNO

Consumo

En el año 2018, se registra en el Reino Unido, un consumo promedio per cápita de 300 gr de mantequilla de maní. A este se lo considera un consumo notable del producto en comparación con otros países del mundo. Para el periodo 2018-2021 el mercado espera crecer un 5,8% anual. En cuanto al volumen del mercado, para el 2021 se espera que crezca hasta los 24,3 millones de kgs.³⁴

Años atrás la mantequilla de maní era percibida sólo como un alimento para niños, pero esa imagen fue perdiendo valor una vez que se divulgaron los beneficios que ésta genera en la salud y cómo éste untado puede traer muchos más beneficios para el desayuno típico de una persona; reemplazando a otros tipos de untados con mayores agregados de azúcar y conservantes los cuales son perjudiciales para el consumidor. Los anuncios publicitarios donde, con campañas de marketing, se concientizó sobre los beneficios de comer mantequilla de maní a lo largo del día permitieron este incremento en el consumo.³⁵³⁶

Esta concientización surge a partir de la intención de incluir alimentos más saludables en las dietas diarias de las personas. El maní, como todos los alimentos derivados específicamente de éste, son alimentos que ofrecen beneficios anticancerígenos por sus altos niveles de antioxidantes, ayudan a prevenir problemas cardiovasculares, a combatir el colesterol malo y aumentar el bueno, mejoran la presión arterial y la salud cognitiva, entre otros beneficios.

Tal es así, que la Junta Nacional de Maní Norteamericana (NPB) y la American Peanut Council, llevaron adelante hace ya unos años un programa para desarrollar un alimento RUTF (Ready to Use



³⁴ Statista. Peanut Butter UK [en línea]. Fecha de Publicación: Agosto de 2018. <<https://www.statista.com/outlook/40090400/156/peanut-butter/united-kingdom>> [Fecha de Consulta: 15 de Agosto de 2018].

³⁵ Natural Products Insider. Healthy Living. Nut Butter, Sweet Spread Sector to Hit \$6.5 Billion by 2018 [en línea]. Fecha de Publicación: 03 de Abril de 2014. <<https://www.naturalproductsinsider.com/healthy-living/nut-butter-sweet-spread-sector-hit-65-billion-2018>> [Fecha de Consulta: 20 de Agosto de 2018].

³⁶ BBC News. Peanut Butter Sales Up as Marmalade Falls from Favour [en línea]. Fecha de Publicación: 27 de Marzo de 2013. <<https://www.bbc.co.uk/news/uk-21953090>> [Fecha de Consulta: 30 de Agosto de 2018].



Therapeutic Food) el cual es entregado a familias hambrientas en Somalía, para proporcionarles las proteínas y calorías que necesitan en sus dietas a través de este alimento.

La mantequilla de maní es un alimento que posee proteínas, fibra dietética, vitamina E, ácido pantoténico, niacina y vitamina B6. Rica en minerales como magnesio, fósforo, zinc, entre otros y fuente de tiamina, hierro y potasio.³⁷

Los ingleses consumen mantequilla de maní de diversas maneras, como por ejemplo:

Untada en sándwiches, tostadas, con galletas saladas, como ingrediente en recetas de galletas dulces, mezclada con chocolate, con frutas frescas como las bananas o manzanas, con yogurt, con granola o avena, en forma de hummus, en sopas o salsas, para preparar batidos, o incluso directo de a cucharadas.

Competencia

El mercado de mantequilla de maní es abastecido por una gran cantidad de marcas y variedades de presentaciones a nivel mundial. Usualmente se presentan en frascos plásticos de varios tamaños en todo tipo de puntos de ventas como supermercados, dietéticas, mayoristas, entre otros. Como así también hay variedades de mantequilla de maní mezcladas con jaleas, crema de cacao o de avellanas.

Al hacer foco en un mercado más específico como es el canal HORECA, hemos observado que la oferta de mantequilla de maní en porciones individuales es potencialmente baja. Nuestro producto se basa en un formato de packs individuales tipo blister o mini frasco, para abastecer el mercado de los hoteles de Londres, y posteriormente Liverpool y Manchester. Éste se consumiría durante los desayunos que ofrecen los hoteles ya sean gratuitos o pagos.

Actualmente existe en el mercado de hoteles londinenses un sólo competidor que presente el mismo formato de porciones individuales de 15 gramos en blister. Este producto, perteneciente a la empresa **Sun-Pat**, es de origen inglés y al igual que nuestro envase plástico, son descartables. Sus precios varían entre los US\$ 0.42 - US\$ 0.32, en diferentes opciones de venta. Se ofrecen por 40, 80 o 160 unidades.

³⁷ Holadoctor. 10 beneficios increíbles de consumir cacahuates. [en línea] Fecha de publicación: 08 de Mayo de 2018. <<https://holadoctor.com/es/%C3%A1lbum-de-fotos/10-beneficios-de-consumir-cacahuates>> [Fecha de consulta: 1 de Septiembre de 2018]

Todo Maní. Un producto a base de maní, como propuesta para combatir el hambre mundial. [en línea]. Fecha de publicación: 18 de Diciembre de 2015. <<http://www.todomanip.com.ar/mani/notas.asp?nid=649>> [Fecha de consulta: 1 de Septiembre de 2018]



Este producto es encontrado en algunas páginas de distribuidores de insumos para hoteles dentro del país destino.

Por otro lado, en el mercado hotelero de Londres, se presenta otro competidor. La empresa **Meridian** es productora de mantequilla de maní en Inglaterra. La diferencia es que, para su comercialización en hoteles, presenta sus productos en envases de vidrio de 26 gramos. Teniendo en cuenta este tipo de packaging, se considera que a pesar de poder encontrarse en hoteles de 4 estrellas, esta empresa concentra sus esfuerzos de ventas principalmente en los hoteles de más alta categoría como los de 5 estrellas. La marca es muy reconocida, y en su sitio web se enfoca en resaltar que se trata de un alimento saludable y delicioso. Ofrece, además de esta versión, el envase familiar para la venta en supermercados; y en ambos destaca entre sus características la no utilización de aceite de palma, azúcar, sal y apto para el consumo de veganos. Su forma de comercialización es por la cantidad de 45 envases de 26 gramos, a un precio total de US\$ 23,85 siendo de US\$ 0,53 cada uno.

Sun-Pat Peanut Butter Portions³⁸

Origen: Inglaterra

Ficha técnica producto:

- Maníes tostados (94%), estabilizador: E471, azúcar de caña, aceite de maní(1,0%), sal marina.
- Total de ingredientes de maní (95%).
- Por alérgicos, ver los ingredientes en **negrita y subrayados**.
- Conservar a temperatura del ambiente.



Unidades por pedido	Peso	Precio Total	Precio Unitario
40	15 gr.	US\$ 16,67	US\$ 0,42

³⁸PerfectStaySupplies. Sun- Pat PeanutButterPortions [en línea] <<https://www.perfectstaysupplies.co.uk/product/peanut-butter-portions/>> [Fecha de Consulta: 19 de Agosto de 2018].



80	15 gr.	US\$ 29,42	US\$ 0,37
160	15 gr.	US\$ 51,40	US\$ 0,32

Meridian 100% Peanut Butter

Origen: Inglaterra

Envase: 26g.³⁹

Precio: US\$ 23,85. (US\$ 2,038 / 100gr.)
US\$0,53 cada tarro individual.⁴⁰⁴¹



Potenciales competidores

Smucker's Peanut Butter, (plastic). Envase: 21g.⁴²

Smuckers es una empresa estadounidense productora de mermeladas frutales y mantequillas de maní, entre otros productos. Únicamente se encuentra en Estados Unidos

Además de la oferta de productos para el consumo familiar, contienen un formato de mantequilla de maní en tamaño individual pensada específicamente para el mercado de buffets. Este envase aún no se encuentra en el mercado inglés pero la empresa podría decidir incursionar allí en un futuro ante las presiones de los competidores.

De todas maneras, en Junio de 2018 el Reino Unido añadió un arancel adicional a ciertos productos de origen estadounidense y entre ellos se encuentra la crema de maní. Dicho arancel implica un 25%,

³⁹ Big Hospitality. Meridian unveils new peanut butters for foodservice [en línea]. Fecha de Publicación: 14 de Febrero de 2014. <<https://www.bighospitality.co.uk/Article/2014/02/14/Meridian-Foods-smooth-crunchy-peanut-butter-for-foodservice>> [Fecha de Consulta: 19 de Agosto de 2018].

⁴⁰ Meridian. Announcing meridian's single serve peanut butter [en línea]. Fecha de Publicación: 2013. <<http://www.meridianfoods.co.uk/Blogs/Blogs/Nutty-News/Announcing-Meridian-s-Single-Serve-Peanut-Butter>> [Fecha de Consulta: 19 de Agosto de 2018].

⁴¹ Meridian. Crunchy Peanut Butter 100% 26g.[en línea]. <<https://shop.meridianfoods.co.uk/collections/peanut-butters/products/crunchy-peanut-butter-100-26g?variant=8460405699>>. [Fecha de consulta: 19 de agosto de 2018]

⁴² Etiqueta Smucker's, especificaciones del producto. [en línea] <<https://www.smuckerawayfromhome.com/foodservice/Products/DownloadProductSpecs/23911>> [Fecha de Consulta: 19 de Agosto de 2018].



adicional al 12,8% que corresponde al derecho de importación.⁴³ Este impuesto representa una medida desalentadora para aquellos fabricantes de este país que aún no se encuentran en el mercado hotelero y, de decidir ingresar, podrían competir con Pean-Pal.

Teniendo en cuenta que Estados Unidos no sólo es el principal consumidor de mantequilla de maní sino que también uno de los principales productores; la medida tomada por el gobierno inglés resulta beneficiosa para nuestra empresa ya que la posibilidad de nueva competencia disminuye con este encarecimiento del producto en un 25%.

⁴³ The Independent. The American Products set to to become 25% more expensive from today [en línea]. Fecha de Publicación: 22 de Junio de 2018. <<https://www.independent.co.uk/news/world/europe/us-eu-trade-war-tarrifs-goods-trump-steel-aluminium-american-products-european-union-a8411331.html>> [Fecha de Consulta: 23 de Octubre de 2018].



Productos Sustitutos

- Pasta de avellanas
- Jaleas
- Miel
- Mantequilla de almendras

La mantequilla de maní comparte mercado con otros productos del tipo untables. En la categoría untables o comúnmente llamado “spread” en el mercado inglés, se incluyen todo tipo de productos que pueden ser utilizados como acompañantes para tostadas, panes, galletas, sándwiches, tortas u otro tipo de preparaciones alimenticias.

Estos productos se presentan en todo tipo de envases y formas, adecuándose a los gustos y requerimientos para el consumo cotidiano de sus clientes. Entre ellos se encuentra la mantequilla de avellanas, un producto mundialmente conocido por una de las empresas que lo comercializan a todo el mundo, la empresa Nutella. Esta mantequilla es utilizada como untable en las tostadas, como relleno de bombones, tortas y como ingrediente para cualquier tipo de preparaciones dulces. En los mercados europeos y norteamericanos es altamente consumido.

Otro producto untable, considerado más clásico e incorporado en el consumo cotidiano de una gran cantidad de personas a lo largo de todo el mundo es la jalea. Ésta se presenta en una incontable cantidad de gustos como durazno, frutilla, arándanos, naranja, frambuesa, entre otros. Su uso más habitual se da como untable para tostadas o galletas, además de ser utilizado como ingrediente para una gran cantidad de preparaciones. Pero presenta otra característica y es que al ser un producto tan versátil éste se puede combinar con otros productos para su consumo, entre ellos la mantequilla de maní, dando como resultado un alimento muy agradable al paladar del consumidor. La mantequilla de maní y la jalea van de la mano, y su consumo ya se ha adoptado en una gran cantidad de países; siendo estos dos juntos o separados unos de los acompañantes más elegidos para el consumo de tostadas tanto para el desayuno como para la merienda.

Como otro potencial competidor de la pasta de maní se encuentra la miel. Un producto de alto consumo global, que presenta como principal ventaja su origen natural y que año a año va incorporando mejores características para sus consumidores, como lo son sus versiones orgánicas.



Por último se encuentra la mantequilla de almendras, la cual presenta las mismas condiciones de consumo que la pasta de avellanas o de maní. Se encuentra en varias presentaciones y varias marcas la comercializan.



Proveedores

Dentro del mercado local existe una amplia variedad de proveedores de los distintos insumos necesarios para poder llevar a cabo un proceso productivo de manera eficiente en cuanto a costos y fabricación de productos de calidad.

En lo que respecta al maní, la materia prima más importante dentro de la producción y el principal aspecto a considerar, existen tres proveedores que se ajustan a nuestros estándares de calidad requerida, siendo los mismos Eula Alimento, Os Maní y Manisel. Este escenario nos sitúa en una posición ventajosa al momento de negociar y de garantizar el abastecimiento del insumo, al no depender exclusivamente de un único proveedor.

Con respecto a los demás insumos requeridos para la fabricación de la pasta, no existe ningún proveedor exclusivo dentro del mercado doméstico sino que al consistir en materias de escaso valor agregado y de fácil acceso (como son la sal y el azúcar), contaremos con amplias opciones.

Por último, en los distintos casos de envasado existe un nivel de dependencia hacia el proveedor mayor que los insumos anteriormente mencionados.

En el caso del envase de plástico, no sólo el plástico debe ser de un material con características especiales para permitirse ser termoformado, sino que además necesita ser de un tamaño específico para poder utilizarse en la máquina de la producción. La última condición también aplica para el papel de aluminio que recubre el contenido del envase, para el cual la empresa proveedora también imprime el diseño del producto; por lo cual nos resulta de gran importancia su presencia en nuestro proceso. Es por este rol, que preferimos comprar este insumo en cantidades mayores a las necesarias, para resguardar un nivel de stock que nos permita continuar la producción ante algún inconveniente en, por ejemplos los plazos de entrega de existir tal situación.

Las opciones presentadas a continuación representan posibles alternativas viables a utilizar considerando el análisis realizado.



Eula Alimentos: Maní⁴⁴

<<http://www.maniopq.com.ar/productos/>> Tel.: 4488-0216.

Ubicados en Ciudadela (Av. Juan Bautista Justo 3460 PB), cuentan con más de 13 años de experiencia en el mercado manicero. Toda su producción de maní se ubica en la provincia de Córdoba, aunque la distribuyen a sus clientes desde su depósito en Ciudadela. Se encuentra a 9km de nuestra planta en Morón, por lo que son 15 minutos máximo de distancia. Por la cercanía realizan el envío en forma gratuita. Sería nuestro principal proveedor, ya que ofrece un tipo de maní con varios procesos industriales previos de calidad y al menor precio.

- Maní repelado tostado sin sal: \$33.000 + IVA el pallet de 1.000KG (Total de \$39.930 x 1TN)

OsManí: Maní⁴⁵

<<http://osmani.com.ar/productos>> Tel: 03571-15328428

Se ubican en Córdoba (Bartolomé Mitre 204, Tancacha), y se dedican desde 1982 íntegramente a la producción de maní. Tanto su producción como oficinas comerciales, y centro de distribución se ubican en la provincia del centro del país. Los envíos están a cargo del cliente, y se retira el pedido únicamente en planta. Es una alternativa de proveedor.

- Maní pelado y tostado: \$35 + IVA por kilogramo. Se vende en big bags de hasta 50kg. (Total por bolsa: \$2117,5 o \$42.350 por 1TN)

Manisel: Maní⁴⁶

<<http://www.manisel.com.ar/>>. Teléfono: +54 (353)4885065

Ubicada en Pasco, Córdoba (Ruta Provincial 6 Km. 114). Es una de las principales empresas exportadoras de maní de la Argentina. Es una alternativa de proveedor para nuestra producción.

- Maní pelado tostado y sin sal: US\$ 1.100 por tonelada.

⁴⁴ Maní OPQ. Maní repelado tostado sin sal [en línea]. <<http://www.maniopq.com.ar/productos/>> [Fecha de Consulta: 24 de Agosto de 2018]. [Cotización vía email, Ver Anexo]

⁴⁵ Osmaní. Maní pelado y tostado [en línea]. <<http://osmani.com.ar/productos>>. [Fecha de Consulta: 4 de Septiembre de 2018]. [Cotización por vía telefónica].

⁴⁶ Manisel. Maní Pelado y Tostado sin sal [en línea]. <<http://www.manisel.com.ar/>>. [Fecha de Consulta: 11 de Septiembre de 2018]. [Cotización Ver Anexo].



CGA Maná: Azúcar⁴⁷ y Sal⁴⁸

<<http://cgamana.com.ar/index.php>>. Teléfono: 11 4584-0952

Compañía General Alimenticia Maná es una empresa distribuidora de productos alimenticias, ubicada en Terrero 1766, CABA, Argentina.

- Azúcar tipo A Ingenio Concepción. Bolsa por 50 kg: \$950 (precio final).
- Sal Entrefina Celusal: Bolsa por 25 kg: \$270 (precio final).

Envases del Plata: Foil de Aluminio⁴⁹

<<http://www.envasesdelplata.com/productos/conversion-de-foil-de-aluminio/>> Tel.: +54 (11) 5168 0813

Envases Group es una empresa dedicada a la elaboración de packaging de aluminio, líder en la región. Ubicada en El Palomar, Provincia de Buenos Aires (Ing. Guillermo Marconi 1035).

- Lámina de aluminio con laca para sellar. Incluye la impresión a tinta digital del diseño del producto, y las medidas del rollo de papel aluminio son personalizadas de 11 cm de ancho y 20 micrones de espesor (0,02 mm) para proteger nuestro producto.

El foil se vende por peso, y cada m² pesa 60 gramos. Por lo que según las medidas del envase (0,045 m de ancho y 0,055 de largo), el aluminio de cada envase pesa 0,1485 gramos. Teniendo una previsión de venta para el primer año de 548.475 envases de plástico, se considera realizar compras mensuales por lotes de 10 kg. Éstos tienen un valor de 60 dólares por kilogramo, y demoran 20 días en la entrega (sin cargo adicional).

⁴⁷ CGA Maná. Azúcares [en línea]. <<http://cgamana.com.ar/productos.php?cat=15>>. [Fecha de Consulta: 10 de Octubre de 2018]. [Cotización vía email, Ver Anexo con lista de precios].

⁴⁸ CGA Maná. Sal [en línea]. <<http://cgamana.com.ar/productos.php?cat=16>>. [Fecha de Consulta: 10 de Octubre de 2018]. [Cotización vía email, Ver Anexo con lista de precios].

⁴⁹ Envases del Plata. Foil de Aluminio [en línea]. <<http://www.envasesdelplata.com/productos/conversion-de-foil-de-aluminio/>>. [Fecha de Consulta: 10 de Octubre de 2018]. [Conversación telefónica con Tomás Rey, Gerente Comercial].



Tecnolam SRL: Plástico para Termoformado⁵⁰

<<http://www.tecnolamsrl.com.ar/>> Teléfono: (054-11) 4754.5823 - 4753.0528

Tecnolam es una empresa dedicada a la comercialización de plástico en bobinas. Entre sus ofertas se encuentra el PET, generalmente utilizado para los recipientes y packagings. No es tóxico, y es un elemento transparente que permite el termoformado. Se fabrican con polietileno los envases de aderezos y de la mantequilla de maní.

- Lámina PET (Tereftalato de polietileno): \$127 el kilo, y el pedido mínima incluye la compra de una bobina de 300 kg. La bobina tiene un espesor de 150 micrones (0,15 mm), y se personaliza según el tamaño de la máquina y los envases que ésta producirá (11 cm de ancho).

Gráfica El Tata: Etiquetas Autoadhesivas⁵¹

<<http://www.graficaeltata.com.ar/index.html>> Tel.: 4489 - 5425

Los envases de vidrio se etiquetan con un diseño similar al correspondiente al envase de plástico, pero con papel autoadhesivo en lugar de aluminio. Se eligió realizar las impresiones en la Gráfica El Tata, ubicada en 9 de Julio 358, Morón, Provincia de Buenos Aires. Ésta no sólo tiene una excelente calidad sino que también se encuentra cercana a la fábrica, por lo que resulta conveniente. De existir inconvenientes con el proveedor, morón cuenta con una vasta cantidad de gráficas que podrían adecuarse a nuestra necesidad, por lo que el poder sobre la compra lo tiene PeanPal. Las impresiones se realizan entre las 24 y 48 horas.

- Papel Autoadhesivo A3+ (33cm x 48,3 cm): \$13 por hoja. En cada una de éstas se imprimen etiquetas para 38 frascos, las cuales incluyen dos etiquetas de 9 cm de largo x 1,4 cm de ancho y 0,6 cm de ancho cada una, y una tercera etiqueta de 2,5 cm de diámetro en cada unidad de producto.

⁵⁰Tecnolam SRL. Laminados en PET [en línea]. <http://www.tecnolamsrl.com.ar/productos_laminados_en_pet.html>. [Fecha de Consulta: 8 de Octubre de 2018]. [Conversación telefónica con Guillermo Consiglieri, sector Comercial].

⁵¹ Gráfica El Tata. Papelería Comercial [en línea]. <<http://www.graficaeltata.com.ar/productos.html>> [Fecha de Consulta: 17 de Octubre de 2018]. [Cotización vía email, Ver Anexo].



TyTDeco y Souvenirs: Envases de Vidrio⁵²

<http://www.tytdecoysouvenirs.com/index.php?route=product/product&path=45&product_id=1457>.

Tel: (11) 4953-2443

TyT es una empresa familiar ubicada en Lavalle 2206, Buenos Aires, Argentina.

- Artículo 596 Mini Dulce: Envases de Vidrio con tapa, de 4,3 cm de diámetro y 3,94 cm de alto. Tienen una capacidad de 28 cc. Entrega en fábrica, sin costo adicional, entre las 48 y 72 hs.

⁵²TyT. Artículo 596 Mini Dulce x 28 cc [en línea].<http://www.tytdecoysouvenirs.com/index.php?route=product/product&path=45&product_id=1457>. [Fecha de Consulta: 10 de Octubre de 2018].



Compradores

En este aspecto hay que considerar dos factores claves que determinan nuestro poder de negociación frente al de nuestro importador. En principio, la cantidad de importadores en Reino Unido de productos alimenticios con características semejantes al de nuestro producto es limitada; por lo que si consideramos este factor nuestra dependencia, le otorgaría un poder de negociación elevado a nuestra contraparte. Sin embargo, existe otro punto a considerar y consiste en analizar que nuestro producto va dirigido a un nicho de mercado poco explorado y con gran potencial.

Formar parte del negocio implicaría grandes ganancias para el importador, el cual difícilmente pueda reemplazarnos como proveedores debido a que si bien existen empresas productoras de pasta de maní en el mundo, la gran mayoría son de origen estadounidense y/o en tamaño familiar. Considerando la reciente medida arancelaria del 25% adicional impuesta a los productos originarios de ese país, su precio resulta ser menos competitivo y quedaría en desventaja ante nuestra oferta.

Sumado a las materias primas de calidad utilizadas en la producción y las adaptaciones que tiene nuestro producto, diseñadas para satisfacer las exigencias de los consumidores finales del segmento al cual se apunta; es que se podrían implementar negociaciones que también beneficien a Pean Pal en igualdad de condiciones, por ofrecer un formato de la mantequilla poco visto en el mercado alimentario actual.

Considerando los aspectos mencionados podemos concluir con un escenario de mutuo beneficio y por lo tanto con un poder de negociación equivalente.



FODA

Fortalezas

- Producto sin conservantes.
- Excelente relación calidad-precio.
- Producto adaptado a los deseos del consumidor.
- Recursos humanos motivados.

Oportunidades

- Maní argentino reconocido mundialmente por su excelente calidad.⁵³
- El costo de la materia prima resulta accesible para la producción.
- Proveedores de maní con calidad de exportación.
- Escasa competencia en el mercado de destino.
- Industria de la crema de maní en continuo crecimiento.
- Tendencia global hacia el consumo responsable y saludable de alimentos.
- Se considera a la mantequilla de maní un tipo de untable que aporta grandes cantidades de proteínas a su consumidor.
- Londres es la segunda ciudad más visitada en el mundo, según el ranking de 2017.
- La mayor cantidad de turistas que recibe el Reino Unido proviene de Estados Unidos, el país con mayor consumo de mantequilla de maní en el mundo.
- Un nuevo impuesto a las importaciones de pasta de maní de origen estadounidense desalienta la situación de los actuales y potenciales competidores de este país.
- La devaluación de la libra esterlina como consecuencia del Brexit genera un mayor turismo internacional (por ser un país más accesible), y mayor turismo interno inglés (por tener menor poder adquisitivo).

Debilidades

- Recursos financieros limitados.
- Empresa nueva.
- El producto posee una vida útil corta, al no tener conservantes.

⁵³ [Ver Anexo - Producción Nacional maní]



Amenazas

- Dependencia de proveedores para el insumo principal, que es quien genera la calidad final del producto.
- Inestabilidad cambiaria.
- Producción dependiente de cambios climáticos.
- Lejanía geográfica respecto al mercado de destino.
- Existencia de proveedores del mismo producto en el país destino.
- Incertidumbre respecto a consecuencias generadas por el Brexit.

Conclusiones FODA

A partir de los análisis realizados se pudo observar que nuestro producto presenta características como ser libre de conservantes, fuente de proteínas, fibras y componentes beneficiosos para la salud, de bajos costos de producción, y con la utilización de materias primas de calidad las cuales significan para el producto fortalezas que lo posicionan más fuertemente en el mercado. Además existe un escenario muy positivo ya que, aunque existen competidores, la cantidad de los mismos es baja y tanto la industria de la crema como el consumo de la mantequilla está en continuo crecimiento.

Cabe destacar que el entorno político cumple un rol fundamental en el desarrollo de nuestro proyecto. Por un lado la decisión del Reino Unido de tomar medidas para salir de la Unión Europea generan un marco de inestabilidad e incertidumbre para cualquiera persona que quiera invertir en este país. Pero a su vez estos cambios políticos generaron por un lado que la libra esterlina haya sufrido una devaluación, por la cual se atrajo a más turistas por tener menores costos en comparación con viajes a otros países de la Unión.

Otra medida política beneficiosa para nuestro proyecto fue la aparición de un derecho de importación de pasta de maní adicional para el origen estadounidense. Esto resulta muy positivo ya que uno de nuestros competidores en el formato de envases de plástico proviene de Estados Unidos, y este impuesto los pondría tanto a ellos como a los potenciales competidores de dicho país en una situación menos favorable en comparación a la nuestra.



EL MERCADO

El mercado de los productos untables como son las mermeladas, mantequilla de maní o miel vale más de 660 millones de dólares al año, según las cifras compiladas por KantarWorldpanel. En el primer lugar de ventas se encuentra la miel con una cuota de mercado del 25%; mientras que la mermelada, con el 20%, se aferra al segundo lugar. La mantequilla de maní por el momento ocupa el tercer puesto aunque año a año gana una mayor participación en el mercado inglés. El 2017 registró un aumento de este alimento del 17,1% con respecto al año anterior, mientras que las ventas de mermelada continúan en decrecimiento.⁵⁴

Las ventas de pasta de maní aumentan cada año y están cercanas a superar la barrera de los 129 millones de dólares en 2018, gracias a la introducción de nuevas versiones saludables de gama alta como son aquellas sin azúcar agregado.⁵⁵

La evolución de los consumidores hacia una preferencia por los alimentos sin aditivos o azúcar agregada contribuyó a que la popularidad de la mantequilla crezca por sobre las mermeladas; las cuales tradicionalmente eran consumidas durante los desayunos y actualmente están atravesando una caída de ventas.⁵⁶

El desayuno inglés

Una tradición inglesa, que algunos consideran prácticamente una institución, es el famoso “Desayuno Inglés”⁵⁷. Este se encuentra conformado por huevos fritos, salchichas asadas, tocino frito, tomate, champiñones, pan frito y “black pudding” (similar al interior de una morcilla). Todo esto se acompaña con café o té, y eventualmente se le agrega frijoles al plato de desayuno.

Si bien hoy en día se sigue manteniendo esta costumbre inglesa, se comenzó a tomar conciencia sobre la importancia de un desayuno proteico, pero a la vez sano y evitando las grasas. Es por esto que

⁵⁴ The Guardian. The legume boom: how we went nuts for posh peanut butter [en línea]. Fecha de Publicación: 28 de Febrero de 2018. <<https://www.theguardian.com/lifeandstyle/2018/feb/28/the-legume-boom-how-we-went-nuts-for-posh-peanut-butter>> [Fecha de Consulta: 20 de Agosto de 2018].

⁵⁵ The Telegraph News. Peanut butter set to overtake jam as popular breakfast spread [en línea]. Fecha de Publicación: 15 de Enero de 2018. <<https://www.telegraph.co.uk/news/2018/01/15/peanut-butter-set-overtake-jam-popular-breakfast-spread/>> [Fecha de Consulta: 20 de Agosto de 2018].

⁵⁶ Mintel. Peanut Butter a rising star in the sweet spreads market [en línea]. Fecha de Publicación: 27 de Marzo de 2013. <<http://www.mintel.com/press-centre/food-and-drink/peanut-butter-a-rising-star-in-the-sweet-spreads-market>> [Fecha de Consulta: 20 de Agosto de 2018].

⁵⁷ Historic UK. Traditional English Breakfast. Fecha de publicación: 2017 <<https://www.historic-uk.com/CultureUK/Traditional-English-Breakfast/>> [Fecha de consulta: 27 de Octubre de 2018]



también se ofrece el llamado “English Muffin”⁵⁸. Este Muffin se corta al medio, dejando dos mitades a las cuales se las unta con algún dulce, mantequilla de maní o incluso yogurt. Luego se les agregan frutas como banana, frutos rojos o frutillas. Otro formato en el que es consumido es con huevo, una feta de queso y otra de jamón. De todas maneras el formato que prevalece para este Muffin es con algún tipo de untado. El Muffin es ofrecido en los desayunos de todos los hoteles ingleses, ya sean hoteles 5, 4 o 3 estrellas.

El Turismo en Londres

Para el 2018, está pronosticado un nivel de turismo de 40,9 millones de personas hacia el Reino Unido. Lo cual implicaría un aumento del 4,4% respecto a los 39,2 millones de turistas que recibió el país en el año 2017.⁵⁹

En cuanto a la ciudad de Londres, la Encuesta Internacional de Pasajeros reveló que allí las visitas internacionales crecieron un 4% entre 2016 y 2017, logrando ese año un valor de 19,8 millones de personas. Parte de este aumento se debe a un incremento de visitantes provenientes de Estados Unidos, ya que se registraron 3,1 millones de turistas de este país. Esto lo convierte en el principal país con mayor cantidad de turistas que visitan la ciudad de Londres.

A su vez, los gastos asumidos por los visitantes internacionales llegaron a los 17,5 billones de dólares, implicando un crecimiento de un 14% respecto al año anterior.⁶⁰

Por otro lado, en lo que respecta al turismo interno, Londres recibió la visita de 12.137.000 de turistas ingleses en el 2017.⁶¹ Además, según el estudio de Travelodge publicado en Mayo de 2018 se detectó que el 57% de los ingleses eligió su país natal para las vacaciones de verano del corriente año; siendo la costa británica el destino favorito y Londres la ciudad más visitada dentro de los destinos urbanos. Esta decisión en parte se debe a la situación económica y pérdida del poder adquisitivo que implicó el

⁵⁸The Nibble. Great Food Finds. English MuffinHistory. Fecha de publicación: Septiembre 2010. <<http://www.thenibble.com/reviews/main/breadstuffs/english-muffin-history.asp>> [Fecha de consulta: 27 de Octubre de 2018]

⁵⁹ Visit Britain. 2018 inbound tourism forecast [en línea]. Fecha de Publicación: 2018. <<https://www.visitbritain.org/forecast>> [Fecha de Consulta: 31 de Agosto de 2018].

⁶⁰ London&Partners. International visits to London grow for 8th consecutive year [en línea]. Fecha de Publicación: 20 de Julio de 2018. <<http://www.londonandpartners.com/media-centre/press-releases/2018/20180720-international-visits-to-london-grow-for-8th-consecutive-year>> [Fecha de Consulta: 23 de Agosto de 2018].

⁶¹ Visit Britain. The GB Tourism 2017 Annual Report [pdf en línea]. Fecha de Publicación: Agosto de 2018. n.64 <https://www.visitbritain.org/sites/default/files/vb-corporate/Documents-Library/documents/England-documents/40413193-260c_gb_tourist_2017_annual_report_v16.pdf> [Fecha de Consulta: 14 de septiembre de 2018].



Brexiten la población, ya que un 38% de los británicos elige como destino turístico su propio país por sobre Europa como una forma de ayudar a la economía nacional.⁶²

El Turismo en Liverpool

Liverpool recibió 839 mil visitas internacionales en el año 2017, mientras que los últimos registros del turismo doméstico informaron un total de 1.406.000 visitas provenientes de ingleses en 2016. De esta manera se convirtió en la 7ma ciudad del Reino Unido más elegida localmente, y la 5ta entre el público internacional. Un 1% de sus turistas corresponde a Estados Unidos, tan solo superado por Australia y Canadá.⁶³

El Turismo en Manchester

Manchester atrajo en 2017 a 1.319.000 turistas internacionales, un 10% mayor al año anterior; además de 2.551.000 turistas domésticos que se registraron en 2016. Convirtiéndola en la segunda ciudad del Reino Unido más elegida por el público británico, y la tercera entre los extranjeros.⁶⁴ Respecto a las visitas estadounidenses, en 2015 Estados Unidos representó el tercer país con mayor volumen de turismo vacacional hacia Manchester City, con un total de 26.680 personas.⁶⁵

⁶² Travelodge. We are the Staycation Nation! [en línea]. Fecha de Publicación: 4 de Mayo de 2018. <<https://www.travelodge.co.uk/press-centre/press-releases/We-are-Staycation-nation>>. [Fecha de Consulta: 11 de Septiembre de 2018].

⁶³ Liverpool. Tourism Data Summary August 2018 [pdf en línea]. Fecha de Publicación: Agosto de 2018. <<https://www.liverpoollep.org/wp-content/uploads/2018/08/Tourism-Data-Summary-August-2018.pdf>>. [Fecha de Consulta: 15 de Septiembre de 2018].

⁶⁴ Liverpool. Tourism Data Summary August 2018 [pdf en línea]. Fecha de Publicación: Agosto de 2018. <<https://www.liverpoollep.org/wp-content/uploads/2018/08/Tourism-Data-Summary-August-2018.pdf>>. [Fecha de Consulta: 15 de Septiembre de 2018].

⁶⁵ Manchester City Council. Report on Manchester's Visitor Economy to Economy Scrutiny Committee on 12 October 2016 [pdf]. Fecha de Publicación: 12 de Octubre de 2016. n. 6. <https://www.manchester.gov.uk/download/meetings/id/21584/6_manchesters_visitor_economy>. [Fecha de Consulta: 15 de Septiembre de 2018].

⁶⁶ Manchester City Council. Report on Manchester's Visitor Economy to Economy Scrutiny on 8 November 2017 [pdf]. Fecha de Publicación: 8 de Noviembre de 2017. n. 3-4. <https://www.manchester.gov.uk/download/meetings/id/23835/7_manchesters_visitor_economy> [Fecha de Consulta: 13 de Septiembre de 2018].



Hoteles

Diciembre, Julio y Agosto son los meses de mayor caudal turístico en el Reino Unido. La temporada alta está constituida por los meses de Diciembre, y de mediados de Mayo a mediados de Septiembre. Enero y Febrero corresponden a la temporada baja para el turismo; mientras que Marzo y Abril junto con los meses de Septiembre a Noviembre son temporada media.

El desempeño de la ocupación hotelera fue fluctuando en los últimos años. A partir del conflicto del Reino Unido con la Unión Europea, más conocido como Brexit, los hoteles sufrieron una caída en su actividad durante el año 2016. Asimismo este conflicto político internacional provocó el nivel más bajo del valor de la libra esterlina frente al dólar estadounidense en 30 años, generando así un aumento en la cantidad de turistas estadounidenses en el Reino Unido, más específicamente en Londres. Ya que la moneda estadounidense posee un mayor nivel adquisitivo en este país, es que se vió una mayor cantidad de turistas durante el año 2017, según estimaciones de la consultora PWC.⁶⁷⁶⁸⁶⁹⁷⁰

Hoteles en Londres

La industria hotelera londinense, durante el año 2017 ofreció aproximadamente 152.000 habitaciones al público. Se calcula que para 2018 la cantidad de habitaciones aumentó un 4,6%, agregando a la oferta 7.000 habitaciones adicionales. Los hoteles 4 estrellas son el sector predominante, representando el 36% de las habitaciones disponibles. Lo siguen los hoteles 3 estrellas, que ofrecen el 14% de las habitaciones hoteleras de Londres. Por último están los hoteles 5 estrellas (incluidos dentro de esta categoría hoteles de tipo “boutique), quienes ofrecen el 12% de las habitaciones.⁷¹

⁶⁷ Hospitality Net. STR: Preliminary June Data for London Hotels [en línea]. Fecha de Publicación: 10 de Julio de 2018. <<https://www.hospitalitynet.org/performance/4089214.html>>. [Fecha de Consulta: 28 de Agosto de 2018].

⁶⁸ Statista. Annual hotel occupancy rate in London (UK) from 2008 to 2018 [en línea]. Fecha de Publicación: Septiembre 2017. <<https://www.statista.com/statistics/323719/annual-hotel-occupancy-rate-in-london-uk/>> [Fecha de Consulta: 28 de Agosto de 2018].

⁶⁹ PriceWaterhouseCoopers. UK hotels forecast 2018 As good as it gets?. London [en línea]. Fecha de Publicación: Septiembre 2017. <<https://www.pwc.co.uk/hospitality-leisure/documents/pwc-uk-hotels-forecast-2018-as-good-as-it-gets.pdf>> [Fecha de Consulta: 28 de Agosto de 2018].

⁷⁰ BDO. Hotel Britain 2017 [en línea]. Fecha de Publicación: Abril 2017 <<https://www.bdo.co.uk/getmedia/cddbb4e7-199f-4b65-8911-ff0f3ff0bbfc/Hotel-Britain-2017.pdf.aspx>>. [Fecha de Consulta: 5 de Septiembre de 2018].

⁷¹ London and Partners. Uncovering hotel opportunities. [en línea] Fecha de publicación: Mayo de 2016 <http://files.londonandpartners.com/1-and-p/assets/hotel_development_monitor_may_2016.pdf> [Fecha de Consulta: 5 de Septiembre de 2018].



Según la información de la industria hotelera emitida por STR (Smith TravelResearch), Junio de 2018 implicó para los hoteles londinenses un nivel de ocupación del 86,1%; un 2,2% mayor al mismo mes del año anterior. Sin embargo, la ocupación promedio ronda el 83%. Esto significa un aumento del 0,2% en comparación con el año 2017.⁷²

La cantidad de camas promedio por hotel ronda las 2,85 camas por habitación, dado que hay un total de 448.160 camas en la industria hotelera.

Hoteles en Manchester

En cuanto a la industria hotelera de Manchester, esta ofrece al público 9.376 habitaciones a los casi 4 millones de turistas que visitan la ciudad por año. En total se han detectado 323 habitaciones de hoteles 5 estrellas, 4.150 habitaciones en hoteles 4 estrellas, y 2.456 hoteles 3 estrellas. Nuevamente podemos observar que predomina el sector de 4 estrellas, teniendo este casi el doble de habitaciones que el sector de 3 estrellas.⁷³

El promedio de ocupación que presenta Manchester es del 80% anual en el año de 2017. En los fines de semana la ocupación suele aumentar entre un 7% y 10%. Se calculó que en promedio hay dos habitaciones por habitación en Manchester, es decir que por habitación habrá dos turistas en promedio. Además, se pronostica un total de 12.279 habitaciones para fin del 2020.⁷⁴

Aunque agregar dentro de nuestro clientes a los hoteles en las afueras de la ciudad de Manchester, o “Greater Manchester”, representaría sumar 21.300 habitaciones, creemos que por cuestiones logísticas esto no sería de la mayor conveniencia. Los hoteles se encuentran repartidos por varias localidades que pueden tener distancias de hasta 60 kilómetros entre unas y otras.

Hoteles en Liverpool

En Liverpool podremos encontrar que se ofrecen 7.904 habitaciones por parte de la industria hotelera. Si queremos sectorizar la oferta, notaremos que 723 de las 7.904 habitaciones pertenecen a hoteles 5

⁷² PWC. As good as it gets? UK hotelsforecast 2018. [en línea] Fecha de publicación: Septiembre 2017. <<https://www.pwc.co.uk/hospitality-leisure/documents/pwc-uk-hotels-forecast-2018-as-good-as-it-gets.pdf>> [Fecha de Consulta: 5 de Septiembre de 2018].

⁷³Marketing Manchester. Tourism - Its value to the local economy. [en línea]. Fecha de publicación: Julio 2016. <<https://cityco.com/cms/wp-content/uploads/2017/02/Visit-Manchester-1-Stop-Intelligence-Factsheet.pdf>> [Fecha de Consulta: 8 de Septiembre de 2018].

⁷⁴CityCo. Hotel Performance Monitor. [en línea] Fecha de publicación: Julio de 2017. <<https://cityco.com/cms/wp-content/uploads/2017/07/Hotel-Performance-Monitor-July-2017.pdf>> [Fecha de Consulta: 8 de Septiembre de 2018].



estrellas, mientras que 1.693 habitaciones corresponden al sector de 4 estrellas. Completan las estadísticas los hoteles de 3 estrellas con 1.021 habitaciones ofrecidas. En total son 1.412.710 personas las que anualmente visitan la ciudad de Liverpool, incluyendo a locales (1.406.000 personas, y extranjeros (de los cuales 6.710 son estadounidenses).

El nivel de ocupación promedio anual ronda el 77,8%. El nivel de ocupación promedio ha ido en aumento desde el año 2013, con un promedio de crecimiento del 2%. También para Liverpool se estiman 2 camas por habitación, significando esto un promedio de 2 personas por habitación.⁷⁵

Si bien las afueras de la ciudad de Liverpool también tienen una industria hotelera incipiente y notable, decidimos que lo mejor es enfocarse en el centro de la ciudad dada la alta dispersión de hoteles por toda el área metropolitana de Liverpool. Logísticamente no sería conveniente proveer a hoteles que se encuentran a 15 kilómetros de distancia entre cada uno.

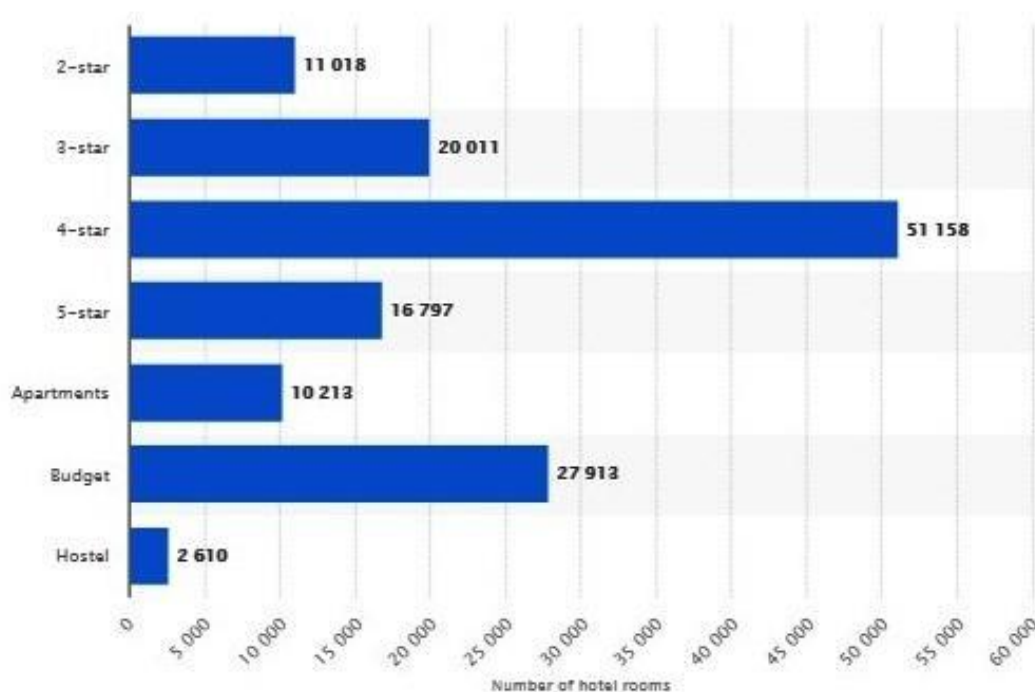
⁷⁵NorthWest Research. Tourism data summary. [en línea]. Fecha de publicación: Agosto de 2017. <<https://www.liverpoollep.org/wp-content/uploads/2017/09/Tourism-Data-Summary-August-2017.pdf>> [Fecha de Consulta: 8 de Septiembre de 2018].



SEGMENTACIÓN

Hoteles de 3, 4 y 5 estrellas que ofrecen desayuno. Aquellos ubicados en las cercanías al centro de Londres, Liverpool y la ciudad de Manchester. La oferta de productos varía según el mercado objetivo; ya que a los hoteles de 3 y 4 estrellas se ofrecerá la mantequilla de maní en un envase plástico, mientras que para los hoteles de mayor categoría el envase es de vidrio. Esta diferenciación está basada en el público que cada categoría de hotel atrae. ⁷⁶

Number of hotel rooms in London as of 2015, by star rating*



⁷⁶ Statista. Number of hotel rooms in London as of 2015, by star rating [en línea]. Fecha de Publicación: 2018. <<https://www.statista.com/statistics/630167/hotel-rooms-london-by-star-rating-united-kingdom/>> [Fecha de consulta: 30 de Agosto de 2018].



Cuantificación Demanda

Para la cuantificación de la demanda se tuvieron en cuenta los factores fundamentales que influyen en nuestro modelo de negocio en las ciudades de Londres, Manchester y Liverpool. Estos factores son: Cantidad de turistas locales y estadounidenses, cantidad de hoteles 3,4 y 5 estrellas, consumo per cápita de mantequilla de maní de los ingleses y los norteamericanos, y un market share del 50%.

Comenzando con los turistas locales, estos son los que representan la mayor proporción del turismo dentro de su país. Por otro lado la cantidad de turistas estadounidenses, es otro factor clave a considerar debido a que representa un porcentaje del 20% en el turismo del Reino Unido siendo éste muy alto. Además estos son los mayores consumidores de pasta de maní a nivel mundial.⁷⁷

Los hoteles utilizados para este cálculo fueron seleccionados según su categoría y ubicación. Se llegaría a los hoteles ubicados dentro del rango de alcance del distribuidor en cada ciudad. Se dejaron de lado los hoteles de más baja categoría ya que estos en su gran mayoría no ofrecen desayunos.

Por último se calcula un market share del 50% ya que la presencia de competidores de pasta de maní en nuestro mismo formato de porciones individuales, es muy baja. Siendo un competidor para los envases de plástico y un competidor para los envases de vidrio.

A partir de todos estos factores se realizaron los cálculos pertinentes para llegar a la demanda total anual de 853.339 envases en el primer año.

Indicadores	Londres	Manchester	Liverpool	Totales
Suma turistas locales y americanos	15.237.00	2.577.680	1.412.710	19.227.390
Porcentaje del turismo USA	20%	1%	0,5%	
Porcentaje del turismo UK	80%	99%	99,5%	
Consumo per cápita USA	1.000 gr	1.000 gr	1.000 gr	3.000 gr
Consumo per cápita UK	300 gr	300 gr	300 gr	900 gr
Porcentaje hoteles 3 y 4 estrellas	80,91%	95,34%	78,96%	

⁷⁷ Statista. Peanut Butter - United States. [en línea] <<https://www.statista.com/outlook/40090400/109/peanut-butter/united-states>>. [Fecha de consulta: 30 de Agosto de 2018]



Porcentaje hoteles 5 estrellas	19,09%	4,66%	21,04%	
Market Share	50%	50%	50%	
Envases a vender por año	853.339	54.019	26.270	933.628
Envases a vender por mes	71.112	4.502	2.189	77.802
Envases vidrio por mes	13.579	210	461	14.249
Envases plástico por mes	57.533	4.292	1.729	63.553
Ventas anuales en Kg	17.920 kg	1.134 kg	552 kg	19.606 kg
Ventas mensuales en Kg	1.493 kg	95 kg	46 kg	1.634 kg

Fuente: Elaboración propia



CULTURA EMPRESARIAL

Al momento de desarrollar negocios con empresarios ingleses es fundamental considerar algunos aspectos básicos como son la cortesía, la disciplina y la puntualidad, que pueden ser claves para alcanzar los resultados esperados.

Para solicitar citas de negocios es necesario pedir las con tres semanas de anticipación, y en un horario superior a las diez de la mañana, ya que los desayunos de negocios normalmente no se utilizan, sino que se los reemplaza por un almuerzo o un cóctel. Se acostumbra a confirmar la reunión en el día previo al que se haya acordado, vía e-mail. Las negociaciones se realizan en su idioma oficial, el inglés. Siempre se espera que la parte interesada en vender envíe previamente información sobre la compañía al cliente, comentando principalmente aspectos culturales y de valores que tiene la empresa. Esto ayuda a aumentar la credibilidad de la misma. También se aprecia que los que estén presentes en la reunión sean gerentes senior, y no haya juniors, dado que los ingleses suelen ser desconfiados de los más jóvenes.

La mayoría de las empresas inglesas tiene políticas sobre las reuniones, que deberán respetarse. Esto se ha implementado a partir de que no quieren que lleven mucho tiempo y no sean productivas. Uno debe informarse sobre las políticas de reuniones para evitar malos entendidos.

En cuanto a las relaciones de negocios, los británicos suelen ser rígidos y formales en un principio, por lo que se puede buscar formar una relación de confianza con base en una conversación anterior a los negocios.

El saludo por lo general se da con un apretón de manos firme, pero sin ser fuerte, y algún saludo amable. Más allá de este saludo tanto para mujeres y hombres, los ingleses prefieren no tener ningún otro contacto físico ya que son más reservados que el resto de Europa. Una vez sentados se acostumbra a presentarse persona por persona en la mesa especificando su nombre y puesto de trabajo.

El código de vestimenta debe ser formal, conservador, y preferentemente de colores oscuros. Con respecto a los regalos se recomienda ofrecer pequeños obsequios durante las citas de negocios.⁷⁸⁷⁹⁸⁰

⁷⁸Santander Río Trade Portal. Reino Unido: Práctica de Negocio [en línea]. Fecha de Publicación: Julio 2018 . Disponible en:<https://es.portal.santandertrade.com/establecerse-extranjero/reino-unido/practica-de-negocio>. [Fecha de consulta: 10 de Septiembre de 2018]

⁷⁹ProColombia Portal. Diez datos sobre la cultura de negocios en el Reino Unido [en línea]. Fecha de Publicación: Noviembre 2016. <<http://www.procolombia.co/actualidad-internacional/diez-datos-sobre-la-cultura-de-negocios-en-reino-unido>> [Fecha de consulta: 10 de Septiembre de 2018].



ESTRATEGIAS

Estrategia Genérica

Teniendo en cuenta las características de nuestro negocio, que consiste en ofrecer mantequilla de maní en porciones individuales y el segmento de mercado elegido de hoteles de tres, cuatro y cinco estrellas, consideramos que la estrategia más eficiente a desarrollar es la de enfoque con liderazgo en costos.

Existe una gran cantidad de turistas tanto internos como internacionales, en su mayoría estadounidenses, que visitan las ciudades de Londres, Manchester y Liverpool, tres de las más importantes del Reino Unido, cada año y que demandan grandes cantidades de mantequilla de maní principalmente en sus desayunos. Si bien existen empresas que buscan atender a estos clientes, su número es limitado al igual que su actuación en el mercado.

Por esta razón, dada la escasa atención a este sector por parte del resto de las empresas, las cuales optan en su mayoría por ofrecer este producto en los canales de comercialización tradicionales y en grandes porciones, analizamos la oportunidad presente y decidimos ofrecer una alternativa más eficiente enfocándonos en un producto de calidad con ciertas adaptaciones en función a los requerimientos del mercado, pero ante todo en llegar con un precio competitivo.

La estrategia a implementar nos permitirá resaltar las características de nuestro producto y obtener una gran cuota de mercado en el menor tiempo posible; logrando así desalentar a nuestros competidores. Este escenario se verá concretado mediante la adopción de dos presentaciones del producto, destinadas a satisfacer las necesidades y exigencias de nuestros clientes, brindándoles mantequilla de maní con altos estándares de calidad junto con un sabor suave y único.

Estrategia de Inserción

Como estrategia de inserción optamos por la implementación de un método de exportación directa, en la cual nos enfocaremos en desarrollar eficientemente los tres aspectos fundamentales del proyecto: producción, comercialización y logística.

⁸⁰Business Culture. Business meetings in the UK. [en línea]. Fecha de publicación: 2018<<https://businessculture.org/northern-europe/uk-business-culture/meeting-etiquette/>> [Fecha de consulta: 29 de Octubre de 2018]



Consideramos que dado nuestro conocimiento sobre los procesos, en función a la investigación de mercado realizada y contactos con importadores, distribuidores y hoteles, nos encontramos con plena capacidad para llevar adelante el proyecto. La elaboración del producto será llevada adelante por la empresa, sin necesidad de tercerizar ningún aspecto del proceso productivo lo cual nos dará control absoluto de los volúmenes de producción.

Por otro lado, la comercialización también será desarrollada exclusivamente por la empresa ya que seremos nosotros los que concluiremos las ventas mediante negociaciones con el importador. Sostenemos que la idea de incorporar un agente comercial no agregaría valor al negocio y que debemos ser nosotros mismos los que representando a Pean-Pal contactemos a los potenciales compradores para promocionarles nuestro producto. La investigación de mercado internacional desarrollada durante el proyecto nos permitió identificar el nicho de mercado en hoteles, y por medio de contacto con los mismos entendemos que estarían dispuestos a adquirir el producto ajustándose a las exigencias de sus huéspedes.

Otro aspecto clave a considerar para finalmente tomar la decisión más adecuada fue el logístico. La exportación será llevada a cabo por nuestra empresa, es decir, que seremos los representantes ante la aduana como exportadores. Por medio de contratos con empresas logísticas lograremos transportar el producto, supervisando en todo momento los distintos trayectos desde que el producto sale de la planta hasta que llega finalmente a destino.

Si bien el canal de distribución es largo, la estrategia mencionada nos permitirá tener un mayor control sobre las operaciones y atender de la manera más eficiente cualquier dificultad que se presente.



PRODUCTO

Descripción del Producto

La mantequilla de maní es una pasta elaborada a base de maní, el cual previamente debe ser pelado, tostado y triturado. El maní es un alimento rico en grasas por lo que su propio aceite durante el proceso de mezcla es quien genera la pasta final. Nuestra crema de maní no contiene conservantes ni aceites agregados, pero sí contiene adicionales de azúcar y sal, este último para lograr una pasta más cremosa y suave. Como el producto no tiene ningún aceite agregado, al estar asentado por cierto tiempo sucederá que el aceite propio del maní utilizado para crear la pasta se separará de la masa en sí y formará una película de aceite en la superficie de la pasta. Esto no genera ningún problema para el producto ni para su consumo ya que es una reacción química natural del mismo. Para que el consumidor pueda disfrutar el producto de la forma más óptima, solo bastará con revolver un poco la pasta para volver a integrar todos los ingredientes y que ésta llegue al punto deseado de untuosidad.

Dentro de los dos tipos de mantequilla de maní que existen; aquella que tiene una textura cremosa y suave (smooth), y aquella que incluye pequeños trozos de maní lo que la convierte en una pasta crujiente (crunchy); nuestra producción se concentrará sólo en la versión cremosa.

El producto se conserva por un período de hasta 9 meses a temperatura ambiente, siempre y cuando el envase se encuentre cerrado.⁸¹

⁸¹ El estímulo. 7 Alimentos sin fecha de vencimiento [en línea]. Fecha de Publicación: 25 de Abril de 2016. <<http://elestimulo.com/bienmesabe/7-alimentos-sin-fecha-de-vencimiento/>>. [Fecha de Consulta: 20 de Agosto de 2018]



Información Nutricional

Tamaño de la Porción: 21 gr.

	Cantidad por Porción	% VD (*)
Valor Energético	130 kcal	6,5%
Carbohidratos	1,35 gr	1,5%
Proteínas	6 gr	7,5%
Grasas Totales	11,25 gr	28,5%
Grasas Saturadas	1,5 gr	7,5%
Grasas Trans	0 gr	0%
Fibra Total	2,25 gr	9%
Sodio	0 gr	0%

(*) %Valores Diarios con base a una dieta de 2000 Kcal. Sus valores diarios pueden ser mayores o menores dependiendo de sus necesidades energéticas.

Envase

El producto se comercializará en envases de 21 gr., de plástico y de vidrio. Este tamaño fue elegido porque representa las dos cucharadas de crema de maní que son recomendables consumir por desayuno.



Envase de plástico:

El envase de plástico es el formato más utilizado para comercializar todo tipo de untables en porciones individuales. Como en todos los mercados del canal HORECA se necesita un producto que el consumidor pueda utilizar una única vez, para por ejemplo: un desayuno, merienda. Casi en su totalidad, los hoteles que ofrecen este tipo de producto en este formato son los de 3 y 4 estrellas. Ya que de esta forma el producto estará en armonía con los demás untables presentados en la mesa para el consumo del huésped.

Este envase es totalmente descartable. El plástico utilizado es de color blanco, de tipo duro, con un espesor de 150 micrones (0,15 mm). Las medidas del mismo son 0,02 mts. de alto x 0,055 mts. de largo x 0,045 mts. de ancho. El mismo estará sellado con un papel aluminio y además reflejará en su base la fecha de caducidad del producto.



Envase de vidrio:

Este presenta una imagen más sofisticada en comparación con el envase de plástico. Estos mini frascos permiten poder ver el producto que contiene en su interior. Están cerrados herméticamente por una tapa de metal y llevan tanto en el cuerpo del frasco como en la tapa una etiqueta autoadhesiva. El frasco se podrá abrir fácilmente y además una ventaja que presenta el envase de vidrio frente al de plástico es que el manipuleo del producto, es decir de la pasta, es más sencillo y existen menos probabilidades de que el consumidor sufra de un derrame involuntario del producto. Este envase está ideado principalmente para la presentación de la mantequilla de maní Pean Pal en los desayunos de hoteles de 5 estrellas. Generamos así que nuestro producto se pueda adaptar a otro tipo de segmento más sofisticado y que en presencia de los demás productos ofrecidos por el hotel en su desayuno el nuestro esté acorde y se pueda destacar por sobre los demás untables.





Etiquetado

En lo respectivo al etiquetado, los ingredientes que comúnmente producen alergia, como es el caso del maní, deben ser declarados obligatoriamente en el packaging es por esto que el insumo alérgico será nombrado y resaltado dentro de la etiqueta. No resulta obligatorio listar los ingredientes del producto cuando éste tiene una superficie menor a los 10 cm², aunque Pean Pal S.A. decidió detallar los ingredientes en las etiquetas de su dos formatos de presentación ya que esto refleja la simplicidad del producto y el cliente podrá saber exactamente qué está consumiendo. También se debe incluir la leyenda “consumir antes de “; e incluir la dirección de la empresa dentro de la etiqueta.

Por otro lado, es obligatorio etiquetar el empaque externo, como lo es una caja que contiene el producto final a vender. Esta etiqueta debe incluir el nombre del alimento, la fecha de vencimiento, los requerimientos de almacenamiento y el nombre y dirección de la empresa vendedora.⁸²⁸³⁸⁴

Si bien el diseño de la etiqueta no está apuntado a llamar la atención de un tipo de público en específico, el objetivo es lograr un etiquetado que no pase desapercibido ante los ojos del consumidor. La elección de una gama de colores sobria en blanco y marrón (haciendo foco en el color característico del maní) es para tratar de captar el interés en un público más adulto. Por otro lado, el logo animado tiene la intención de generar empatía con jóvenes o niños atraídos por esta imagen.

Por razones obvias, el envase de plástico y el de vidrio tendrán distintas etiquetas, aunque manteniendo la imagen y colores que la compañía desea mostrar.

Etiqueta Envase vidrio

Esta etiqueta se encontrará en la parte superior del envase de plástico, y será sellada mediante la máquina envasadora. Para el consumo del producto, el cliente deberá despegar el aluminio que posee la etiqueta. Se buscó que el aluminio sea resistente para que durante la apertura del mismo el aluminio no se rompa y el cliente pueda retirar la etiqueta en su totalidad y sin complicaciones.

⁸² Gov.uk. Food Labelling: Giving Food Information to Consumers [en línea]. Fecha de modificación: 29 de Noviembre de 2017. <<https://www.gov.uk/guidance/food-labelling-giving-food-information-to-consumers#list-the-ingredients>> [Fecha de Consulta: 11 de Septiembre de 2018].

⁸³ Food Standards Agency. Allergen Labelling [en línea]. Fecha de Publicación: 14 de Diciembre de 2017. <<https://www.food.gov.uk/business-guidance/allergen-labelling>> [Fecha de Consulta: 11 de Septiembre de 2018].

⁸⁴ [Ver Anexo III]





Etiqueta Envase de Vidrio

Este envase llevará tres tipos de etiquetas para la presentación del producto. La primera es la que irá pegada en el cuerpo del envase de vidrio, la cual es la que contiene la información de la mantequilla, de la empresa, peso del mismo, a qué temperatura debe encontrarse el producto y lugar donde se mostrará la fecha de vencimiento.

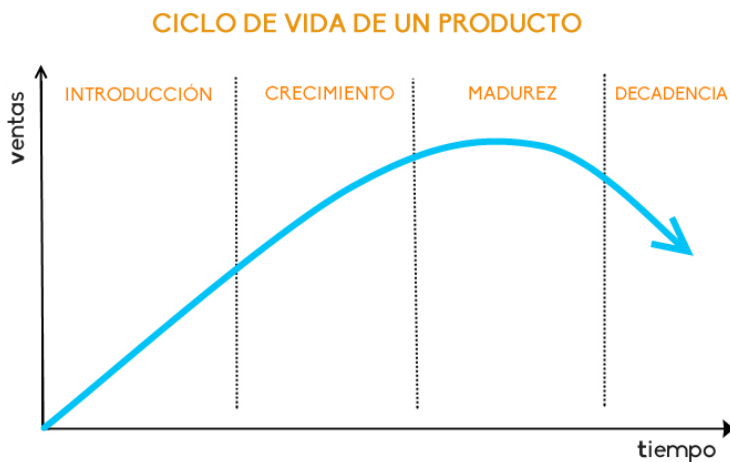
La segunda etiqueta será la tira adhesiva de color marrón que irá pegada desde un lado del frasco de vidrio, pasando por la tapa del envase, terminando en el otro lado del frasco. Esta tira adhesiva asegura que el cliente cuando vaya a consumir el producto, advierta que el mismo no ha sido abierto anteriormente. Por esto se asegura la inviolabilidad del mismo, y en caso de estar rota la misma, la persona no debe consumir el producto.



Ciclo de Vida de la Mantequilla de Maní

El producto se encuentra en una etapa de crecimiento, pero llegando a su madurez. Algunos años atrás la crema de maní concentraba gran parte de su consumo en Estados Unidos, y era mundialmente reconocida como un producto tradicional norteamericano. Sin embargo, hoy en día existe una tendencia en aumento hacia el consumo en todo el mundo. Surgieron nuevas variedades y nuevos formatos de venta en el mercado, los cuales favorecieron un aumento año a año en las ventas, posicionando al producto en el auge del mercado.

No sólo tiene características dentro de sus ingredientes que lo hacen un producto más sano respecto de otros untables; sino que también se han estado incorporando al consumo de mantequilla los deportistas, debido a su alto aporte proteico.⁸⁵



Matriz BCG

Dentro de la Matriz BCG, la mantequilla de maní ofrecida en envases de porciones individuales sería considerado un producto vaca. Apuntamos a poseer el 50% del market share dentro del sector hotelero de las ciudades nombradas anteriormente dada la poca competencia de este producto que hemos encontrado en el mercado de destino. Esto nos ubicaría en el sector izquierdo de la matriz, ya que la cuota de mercado relativa sería alta. En cuanto a la tasa de crecimiento del mercado, si bien un 5,8% anual de crecimiento puede ser considerada una tasa media-alta en el mercado alimenticio, no se cumple con la estimación de crecimiento que suelen tener los productos categorizados como “estrella”.

⁸⁵[Ver Anexo: Por qué está triunfando la crema de cacahuete en el deporte]



El producto se encuentra en expansión, y necesitaremos invertir para favorecer este crecimiento, al mismo tiempo que intentaremos consolidarnos con una buena estrategia de mercado para poder establecer el producto y lograr exprimir el máximo de ganancias posibles.⁸⁶



Matriz de Ansoff

En la Matriz de Ansoff, Pean Pal se ubicaría en el cuadrante de Diversificación. Esto sería porque nuestra empresa fue creada específicamente para cubrir la necesidad que existe en el mercado hotelero, por lo que se creó un nuevo producto para incurrir en el Reino Unido.

Pean Pal exportará por primera vez a Inglaterra, siendo ésta su primer experiencia comercial. Será un desafío para la empresa involucrarse en este nuevo mercado, dado que se deberán considerar las alternativas de canales de distribución, para elegir el más eficiente.

También tendremos que dar a conocer nuestro producto en el mercado inglés, y lograr atraer la atención de posibles compradores. Ya existe allí una oferta de mantequilla de maní en este envase, pero el volumen de competencia es muy bajo ya que, como se analizó anteriormente, sólo se encuentran dos empresas competidoras. Esta situación nos permite aprovechar la oportunidad para desarrollar nuestro producto.

⁸⁶RubenMañez. Qué es la Matriz BCG y para qué sirve [Ejemplos]. [en línea] <<https://rubenmanez.com/matriz-bcg/>> [Fecha de Consulta: 11 de Septiembre de 2018].



		PRODUCTOS	
		ACTUALES	NUEVOS
MERCADOS	ACTUALES	Penetración del mercado	Desarrollo de productos
	NUEVOS	Desarrollo del mercado	Diversificación

Marca

Al estar enfocados al mercado inglés, la mejor opción a la hora de elegir un nombre para la compañía, era utilizar este mismo idioma. Tanto la empresa como el producto llevaran el mismo nombre: Pean Pal.

En inglés “peanut” significa maní, mientras que “pal” significa camarada, o connota amistad. Al ser muy largo el nombre “Peanut Pal”, creímos que tanto a fines de pronunciación, como de extensión la mejor opción era acortar la palabra “peanut”. Se tomaron las primeras cuatro letras de la palabra y así se formó “pean”. La palabra “pal” fue seleccionada por su significado, ya que pretendemos que sea consumido por familias o personas que decidieron pasar un tiempo de vacaciones juntas.

También creímos conveniente enfocar la imagen de la marca tanto al mercado como al consumidor. La imagen es fácilmente relacionable con el producto dado que es casi universal la forma y figura de un maní con su cáscara.

Con este nombre y el logo animado de dos maníes de la mano es que se genera una imagen positiva y fraternal; haciendo incapié no sólo en el alimento en sí sino que también en los servicios de cordialidad y cercanía que la empresa ofrece en el trato con sus clientes.



El trámite para registrar la marca deberá ser iniciado en el Instituto Nacional de la Propiedad Industrial. Allí se realizará una investigación para constatar que la marca no haya sido previamente registrada por otro ente. Así obtendremos el derecho a utilizar Pean Pal y su imagen de manera exclusiva y evitar plagios de todo tipo, pudiendo iniciar acciones legales en tal caso. Al incluir palabras e imagen, el tipo



de registro deberá ser mixto. Primero se deben llenar los formularios que se descargan de la página del INPI, y luego presentarlos en la mesa de entrada de la institución. En caso de que dentro de los 70 días hábiles ninguna otra marca presente oposición a la presentación, el registro de marca será expedido en aproximadamente 10 meses. En total el tiempo de trámite será de 12 meses, y su costo es gratuito. Tiene vigencia por 10 años.



PRECIO

Para implementar una adecuada estrategia de precios es fundamental considerar no sólo el proceso de producción y distribución del producto sino también el precio de nuestros competidores tanto actuales como potenciales, con la finalidad de implementar una estrategia de precios por competencia. La oferta de porciones individuales de mantequilla de maní a distintos hoteles de tres, cuatro y cinco estrellas es un canal poco explorado por los actuales vendedores de mantequilla de maní en el Reino Unido; los cuales optan por envases de mayores dimensiones y canales de comercialización tradicionales, que consisten en ingresar a supermercados y enfocarse al segmento de consumo familiar en viviendas. Por esta razón, la estrategia de fijación de precios a desarrollar será de penetración, la cual nos permitirá ingresar al mercado con un precio levemente inferior al de nuestros competidores con la finalidad de obtener mejores resultados en la venta. La implementación de esta estrategia previamente mencionada será posible y exitosa debido al segmento de nicho identificado en los hoteles de las tres principales ciudades del Reino Unido: Londres, Manchester y Liverpool, las cuales reciben miles de turistas cada año. Al ser un mercado en etapa de crecimiento y Pean-Pal una empresa nueva que quiere ingresar, un precio más bajo nos permite ubicarnos como una marca de calidad y compromiso con sus clientes, con un precio altamente competitivo.

Ante la oportunidad de ingresar al mercado con dos presentaciones distintas, fue necesario dictaminar un precio para la presentación en envase de plástico y otro para la de vidrio, que mejor se adecúen no sólo a nuestros costos sino también al segmento de clientes a los cuales se quería llegar.

El precio de la mantequilla de maní a ofrecer en el primer envase será de 0,18 USD CIF Unitario Londres, mientras que por otro lado el segundo envase, de vidrio, se ofrecerá a un precio de 0,35 USD CIF unitario Londres. Los precios debían mantenerse dentro de márgenes razonables a modo de ser competitivos al mismo tiempo que ofrecemos calidad y accesibilidad a los clientes.

Para llegar a un precio final, se tuvieron en consideración todos los costos involucrados; desde aquellos correspondientes a la producción, como también los de distribución tanto interna como internacional y de comercialización en destino, habiendo respetado en todo momento el margen de ganancia de los intermediarios y los correspondientes impuestos. Llegando de esta forma a un precio final que nos permitirá obtener la cuota de mercado deseada.



Método de Costeo

El método utilizado fue el Costeo Marginal, consistente en la diferenciación entre los costos fijos y variables, para aplicar a los costos unitarios solo los variables y así obtener el precio de venta final del producto.

Es importante aclarar, que la presentación de vidrio nos brindó la posibilidad de absorber un mayor porcentaje de costos debido a las características propias de su envase.

Precio final a los canales de comercialización

El Incoterm utilizado para el cierre de las ventas con el importador es el valor CIF, ya que nos haremos cargo de contratar el seguro y flete internacional hasta el Puerto de Londres Gateway.

Por último, el precio sugerido al que finalmente llegará el producto a los hoteles sería de 0,267 USD en el caso de los envasados en plástico, y de 0,474 USD para la presentación de frascos. Como había sido mencionado anteriormente en el presente trabajo, los precios actualmente en el mercado destino son de 0,34 y 0,53 dólares respectivamente, los cuales corresponden a los únicos vendedores en ese formato en el Reino Unido. Esto permite conocer, que manteniendo una buena relación con los proveedores de nuestros insumos y con una correcta estrategia de precio se puede aprovechar esta oportunidad e ingresar al mercado con un precio altamente competitivo.

Pean Pal PeanutButter - Envase plástico



Pean Pal PeanutButter - Envase vidrio



DISTRIBUCIÓN

Estrategia de Distribución

Las estrategias de distribución a implementar consistirán en desarrollar un canal Largo y Selectivo. El mismo consistirá en venderle la mantequilla de maní a un importador, el cual transportará la mercadería al distribuidor especializado en la industria hotelera y de catering, quien procederá a proveer a los distintos hoteles londinenses de 3, 4 y 5 estrellas. Son estos últimos quienes finalmente lo ofrecerán a los turistas tanto nacionales del Reino Unido como extranjeros.

El objetivo principal es comenzar ofreciendo el producto en ciertos puntos cercanos al centro de Londres, ya que constituye la zona en donde se encuentran la mayor cantidad de turistas. Pasado el primer año, se ampliará el alcance geográfico de distribución para Liverpool y Manchester City.

Luego de desarrollar un análisis riguroso de posibles importadores a contactar concluimos en que la empresa importadora elegida para el desarrollo de la operación fuera Empire Bespoke Foods⁸⁷. La compañía cuenta con una larga trayectoria en el mercado y es una de las importadoras de alimentos más respetadas; trabajando en conjunto nos permitirá construir y desarrollar nuestra marca en la región. Uno de los aspectos tenidos en cuenta para la elección es que la empresa se especializa específicamente en la industria alimenticia. Además, vende y distribuye los productos no sólo en el Reino Unido sino que también en toda Europa por lo que resulta un cliente apropiado para una futura posible expansión del negocio.

Por otro lado, se establecerán negociaciones con dos distribuidores del Reino Unido que permitirán que nuestro producto llegue a los hoteles meta del proyecto. Uno de ellos es Perfect Stay Supplies y el otro es Brakes Food⁸⁸, éstos concentran sus actividades en la industria hotelera gastronómica y resultan ser un excelente punto de venta para la mantequilla de maní tanto en envase plástico como en frasco. Ambas dos empresas venden actualmente un producto con este tamaño en envase de plástico (el competidor SunPat), pero no cuentan con una oferta de mayor categoría hasta el momento.

⁸⁷ Empire Bespoke Foods. About [en línea].<<http://www.empirebespokefoods.com/about/>>. [Fecha de Consulta: 15 de Octubre de 2018].

⁸⁸ Brake.co.uk. AboutUs [en línea] <<https://www.brake.co.uk/about-us/our-brands/brakes-brand>>. [Fecha de Consulta: 30 de Septiembre de 2018].



En lo que respecta a nuestra competencia, además de SunPat, ambos ofrecen miel, pasta de avellanas, variedad de mermeladas y manteca en formato individual.

La elección de los distribuidores está basada en la oferta que éstos tienen. Ambas empresas focalizan su mercado en la hotelería y catering. En el caso de Brakes, ofrece exclusivamente alimentos desde frescos hasta aquellos industrializados. Mientras que Perfect Stay Supplies tiene una oferta más variada, pero sin perder el foco en su cliente. Este distribuidor cuenta con una gama de productos muy extensa, desde alimentos y bebidas hasta productos de tocador, fragancias y textiles.

La correcta elección de los mismos resulta ser un aspecto clave, por lo tanto a la hora de elegir al distribuidor, priorizamos que tuviera alta participación en zonas aledañas a la capital inglesa. La idea es mantener la disponibilidad del producto, para que los mismos sean de fácil acceso para el cliente final. Es por esto que el desarrollo de vínculos comerciales con los distintos intermediarios, desde que el producto sale de la planta de producción hasta que llega al consumidor final, resulta ser un aspecto fundamental dentro del negocio.

Se espera que en un año, los resultados positivos permitan expandirse hacia nuevas ciudades como son Liverpool y Manchester. Además, como objetivo de largo plazo, se desea ofrecer nuestra pasta de maní en toda la región y posteriormente en otras ciudades de Europa, para así acrecentar nuestra participación en el mercado mundial.



COMUNICACIÓN

Estrategia de Comunicación

Objetivos de la comunicación:

Para qué: Incentivar la compra de nuestro producto en el mercado.

Qué: Mantequilla de maní en porciones individuales.

A quién: Hoteles de tres, cuatro y cinco estrellas que ofrecen desayuno y se encuentran ubicados en las tres principales ciudades receptoras de turistas en Reino Unido, Londres, Manchester y Liverpool.

Para que nuestro producto sea comercializado eficientemente y logremos obtener las ganancias esperadas, se ejecutará una estrategia de comunicación de tipo Push exclusivamente. Es así dadas las particularidades del negocio dirigido a hoteles, ya que consideramos que es más beneficioso enfocar nuestros esfuerzos en el canal de distribución para desarrollar vínculos comerciales con éste; y lograr así que nuestro producto pueda ser conocido y sea elegido por el público hotelero.

El plan consiste en entablar vínculos con las diferentes partes involucradas a lo largo del canal de distribución, considerando tanto a la empresa importadora EmpireBespokeFoods como a los distribuidores PerfectStaySupplies y BrakesFood⁸⁹ así lograremos que el interés por promocionar nuestro producto en destino aumente considerablemente. La idea es destacar el beneficio que pueden obtener tanto el importador como el distribuidor a partir de la compra a nuestra empresa. Nuestro producto al tener un precio altamente competitivo les permite a estos actores aumentar sus rentabilidades y que el precio final de venta continúe siendo más bajo que el de la competencia, estimulando las ventas.

Al implementar dicho plan, se logrará obtener una mayor participación en el mercado aumentando la masividad de nuestro producto, permitiendo que cada turista pueda disfrutar de una mantequilla de maní en su desayuno.

⁸⁹Brake.co.uk. AboutUs [en línea] <<https://www.brake.co.uk/about-us/our-brands/brakes-brand>>. [Fecha de Consulta: 30 de Septiembre de 2018].



Esta estrategia se encuentra estrechamente vinculada con nuestra estrategia de inserción, es por esta razón que la consideramos sumamente viable de ser implementada. Las negociaciones con las partes serán llevadas adelante por nosotros, por lo cual existirá una fluida comunicación y una mayor facilidad de alcanzar acuerdos.

Para una mejor relación con quienes venderán nuestro producto en el Reino Unido es que decidimos realizar un viaje de negocios entre el Lunes 10 y Viernes 14 de Diciembre de 2018; para reunirnos con ellos y negociar el precio y la promoción de la mantequilla, de la cual ellos se harán cargo en destino. El precio del ticket de avión desde Ezeiza con destino final Londres para una persona es de 1.369,80 USD, saliendo de Buenos Aires el 10 de Diciembre hasta el 14 de Diciembre. El Hotel Ibis Heathrow Airport se encuentra a 2,3 km del aeropuerto de Londres y tiene un valor de 174,68 dólares por el total de la estadía.



OPERACIONES DE LA EMPRESA

Proceso de Fabricación

El proceso de elaboración de la pasta de maní consta de una serie de pasos, los cuales se ven reducidos en el caso de comprar el maní tostado en lugar de en su estado natural.

1. Selección del maní.
2. Mezclado: el maní es mezclado con azúcar, sal y aceite, en la siguiente proporción: 87% maní; 12,5% de azúcar; y 0.5% sal.
3. Molienda: se utiliza un molino a discos, del cual se obtiene la pasta final.
4. Envasado.
5. Pasteurización durante 10 min a 95°.
6. Enfriado.
7. Almacenaje.

Al comprar el maní tostado previamente, nuestro proceso de producción comenzaría en la etapa de mezclado. Así evitamos la compra de un horno de tostado, dos cintas transportadoras de maní, y una escaldadora. El maní comprado del productor es tostado y natural (sin salar), en tamaño Split.



Maquinaria para la Fabricación

Para poder cumplir con el proceso de fabricación, transformando el maní en un pasta lista para el consumo, necesitaremos de 5 máquinas distintas.

Para el proceso de Mezclado:

En primer lugar utilizaremos un Molino Coloidal (mezcladora⁹⁰) especialmente diseñado para el procesamiento de maníes, almendras o nueces. En ésta se pueden introducir simultáneamente tanto el maní como la sal y azúcar; para ser triturado y obtener la pasta lista para el envasado. El modelo de máquina es WSS-50, y su capacidad productiva es de 5 a 30 Kilogramos por hora. Tiene unas dimensiones de 55 centímetros de largo, 35 centímetros de ancho, y 85 centímetros de largo.

La empresa proveedora es Golden MachineryEquipment Co., y cuenta con certificaciones SGS y el cumplimiento de las normas ISO 9001. Será importada desde China, con la posición arancelaria 8438.80, que posee un derecho de importación extrazona del 14%. Su precio FOB es de USD \$1.680, y el desembolso total que significa la adquisición de esta máquina es de USD \$7.019,66.

La maquinaria debe ser abonada en un 50% por anticipado al embarque.



⁹⁰Alibaba. Natural peanutbuttermixerfoodlabelmaking machine [en línea].<https://www.alibaba.com/product-detail/Natural-peanut-butter-mixer-food-label_60703418694.html?spm=a2700.8443308.0.0.5bb43e5fKiSap1> [Fecha de Consulta: 10 de Septiembre de 2018]. [Ver Cotización en Anexo].



Para el Llenado y Envasado de los productos de Plástico:

Por otro lado adquiriremos una Llenadora y Envasadora Termoformada⁹¹, que se dedicara exclusivamente a la producción del formato de envase plástico que estaremos ofreciendo. La empresa contactada es RIFU PackagingMachinery Co. y el modelo de esta unidad es RF-80P. La empresa cumple con certificados de calidad como son las normas ISO 9001; también las restricciones de ciertas sustancias peligrosas en aparatos electrónicos (RoHS) y la Conformidad Europea (CE).

A través de la inserción de bobinas de poliuretano dentro de la máquina, ésta lo moldea con la forma de nuestro envase de 5,5 cm de largo, 4,5 cm de ancho y 2 cm de alto, para contener un total de 21 gramos de producto. Una vez diseñado el formato deseado, la maquinaria calienta la preparación de maní para que ésta tenga una textura más líquida y así rellenar los envases. Se rellena su interior y luego se sella el envase con una etiqueta de papel aluminio; una vez finalizado esto, la máquina imprime la fecha de envasado sobre el envase contenedor.

Posee una capacidad productiva de 20 a 30 envases por minuto. Sus dimensiones son de 1,5 metros de largo, 0,46 metros de ancho, y 0,89 metros de alto. Su peso es de 450 Kilogramos y posee 1 año de garantía de fábrica. Esta máquina también será importada desde China, con la posición arancelaria 8422.30, cuyo derecho de importación extrazona es del 14%, al igual que la mezcladora. Su precio FOB es de USD \$9.900, y adquirirla significa un desembolso total de USD \$17.069,59.

La maquinaria debe ser abonada en un 30% antes del comienzo de la producción, y el 70% restante por anticipado al embarque.



⁹¹ Alibaba. thermoformingfillingsealing machine [en línea]. <https://www.alibaba.com/product-detail/thermoforming-filling-sealing-machine_60546391625.html?spm=a2700.8443308.0.0.5bb43e5fKiSap1> [Fecha de Consulta: 11 de Septiembre de 2018]. [Ver Cotización en Anexo].



Para el Llenado y Envasado de los productos de Vidrio:

Las máquinas destinadas específicamente para la producción de los envases de vidrio serán dos, y se adquirirán en el mercado local. La empresa seleccionada es CADEC⁹², una compañía dedicada a la fabricación de máquinas automáticas dedicadas al empaquetado y tapado del producto, ubicada en Lanús Oeste. La primera máquina es una “Llenadora semiautomática”⁹³. En esta maquinaria un operario deposita los envases en una cinta transportadora, que los llevará hasta debajo de la tolva de acero en donde serán llenados. Tiene una capacidad productiva de hasta 1.000 operaciones por hora. Su costo es de \$304.500, más IVA (10,5%), siendo su precio final \$336.472,5.



La segunda maquinaria a utilizar es una “Roscadora semiautomática”⁹⁴, que consiste en una estación de roscado de envases de vidrio, con su correspondiente tolva de chapa. Si bien enrosca de manera automática a través de un sistema con husillo neumático, necesita de un operario que coloque los frascos en la cinta transportadora. La capacidad productiva de dicha máquina es de hasta 2.400 envases por hora, aunque se puede utilizar por debajo de los 800 envases por hora. El costo de la máquina es de \$168.700, más IVA (10,5%), resultando en un desembolso de \$184.413,5.



⁹²CADEC. CADEC Automatización [en línea].<<https://www.cadec.com.ar/empresa>> [Fecha de Consulta: 9 de Octubre de 2018].

⁹³ CADEC. Envasadora Semiautomática LS1001 [en línea].<<https://www.cadec.com.ar/ls-1001>>. [Fecha de Consulta: 9 de Octubre de 2018]. [Ver Cotización en Anexo - Máquinas Nacionales].

⁹⁴ CADEC. Roscadora Semiautomática RLS 1800. <<https://www.cadec.com.ar/rls-1800>>. [Fecha de Consulta: 9 de Octubre de 2018]. [Ver Cotización en Anexo - Máquinas Nacionales].



Para la Pasteurización:

La máquina elegida para realizar la pasteurización es también una máquina adquirida en el mercado local. En este caso será una pasteurizadora marca Fisher, modelo PF110. Este modelo posee capacidad de 110 litros, o 130 kilogramos. El valor de la máquina es de \$230.000, más IVA (10,5%), siendo un desembolso total de \$254.150. Esta máquina tiene una capacidad de 130 kilogramos, como máximo, por hora. En total, en un día, podrían pasteurizarse 1.040 kilogramos utilizando esta máquina.⁹⁵



Importación de maquinaria

La maquinaria adquirida tanto a Golden MachineryEquipment Co., como la adquirida a RIFU PackagingMachinery Co., provenientes ambas de China, serán embarcadas en el puerto de Shanghai, con destino final Puerto de Buenos Aires. El transportista contactado es C.H. Robinson⁹⁶, empresa Estadounidense, con oficinas comerciales en la zona de Retiro.

Ambas máquinas serán consolidadas en el puerto de origen por el mismo transportista. El transit time entre ambos puertos es de 40 días (\pm 2 días), y el flete cotizado por el portador es de USD \$1.000, por un contenedor 20std. En cuanto a los gastos en origen informados por C.H. Robinson, podemos mencionar los siguientes:

- Agency Charges: USD \$615 (por contenedor).
- Handling: USD \$70 (por contenedor).
- DocFee: USD \$60 (más IVA; por BL).
- SIM: USD \$40 (más IVA; por BL).

En caso de querer asegurar la mercadería, el transportista ofrece contratar un seguro contra todo riesgo puerta a puerta a razón del 0,4% del valor a asegurar, con un mínimo de USD \$100.

El transporte desde puerto de destino hasta la planta será realizado por la misma compañía, que cotizó un flete desde el Puerto de Buenos Aires, hasta Morón en \$9.317. Los gastos de descarga de la mercadería correrán por nuestra cuenta. En el caso del transporte local, y en el caso que decidamos no

⁹⁵ Fisher. Pasteurizador PF110. <<http://www.frisher.com.ar/es/producto/9/pasteurizador.html>> [Fecha de Consulta: 26 de Octubre de 2018] [Cotizacion via comunicación telefónica].

⁹⁶ C.H. Robinson. Quienes Somos. <<https://www.chrobinson.com/es-ar/about-us/>>. [Fecha de Consulta: 12 de Septiembre de 2018].



contratar seguro alguno, el transportista se verá obligado a hacerlo según lo estipulado por la Ley 24.653⁹⁷. Este seguro será equivalente al 0,5% del valor de la mercadería, con un mínimo de USD \$100. El contenedor deberá devolverse en el día, ya que pasado ese lapso se cobrará una demora equivalente al 50% del flete cada 12 horas (más IVA).

Galpón de la empresa⁹⁸

El lugar seleccionado para establecer nuestra producción se ubica en Dr. Guillermo Rawson 400, partido de Morón⁹⁹. El galpón cuenta con 327 metros cuadrados, de los cuales 250 son cubiertos. Esta parte cubierta cuenta con 10 metros de ancho por 25 metros de largo. En la parte trasera hay un patio descubierto, el cual puede ser techado. Este galpón posee una segunda planta con instalaciones para una pequeña oficina comercial, junto con vestuarios en la planta baja. Cuenta con servicio de gas, luz y agua ya instalados y listos para usar.

En cuanto a costos, cabe mencionar que el alquiler mensual del galpón es de \$33.000, más IVA, resultando en un precio final de \$39.930. También se deberá depositar un mes de adelanto, más otro mes de depósito. La comisión de la inmobiliaria es del 5%, a abonar por el inquilino. Otro detalle no menor es que se requiere una garantía propietaria, es decir establecer en el contrato una propiedad del inquilino como garantía. El contrato se firma por dos años.

Esta ubicación presenta beneficios principalmente en la logística dada su cercanía a la autopista Acceso Oeste, y también al principal proveedor de maní (Eula Alimentos), ubicado en Ciudadela. También el

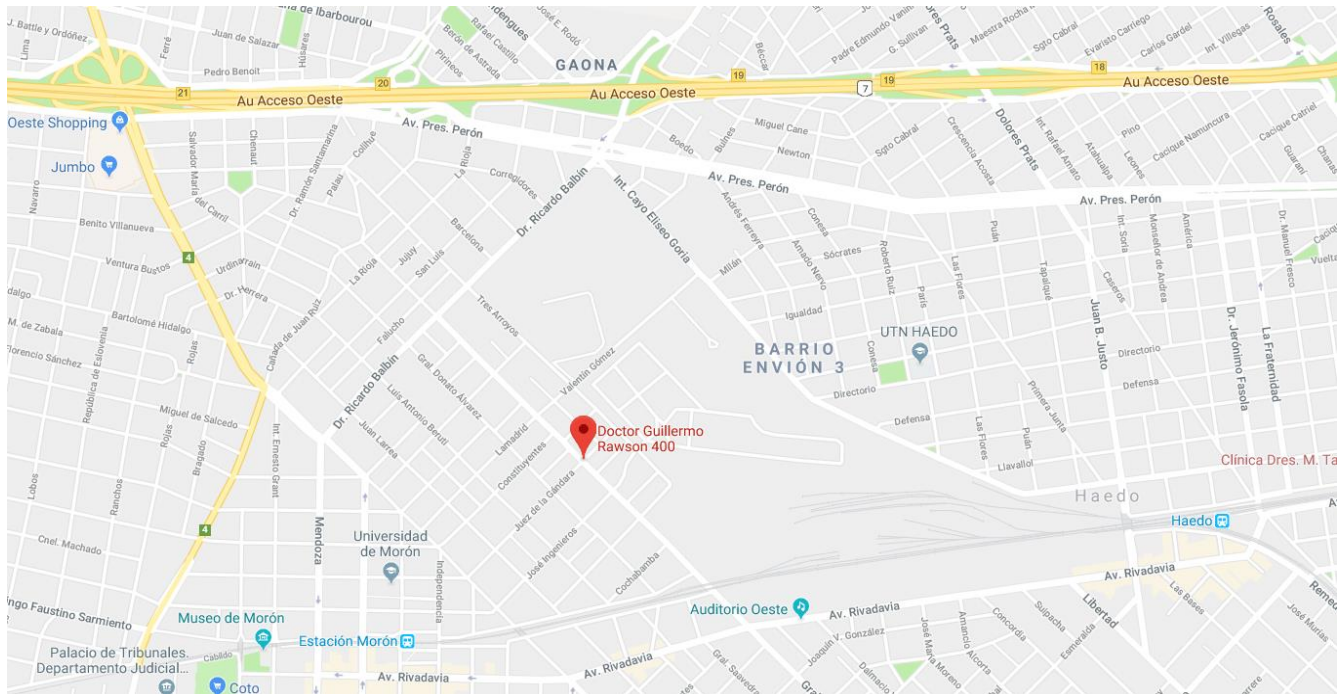
⁹⁷Infoleg. Ley 24.653 Transporte Automotor de Carga. <<http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/35000-39999/37871/norma.htm>> [Fecha de Consulta: 25 de Octubre de 2018].

⁹⁸ [Ver LAYOUT de la empresa en Anexo].

⁹⁹Argenprop. Galpón en Alquiler en Morón. <<https://www.argenprop.com/Propiedades/Detalles/8505933--Galpon-en-Alquiler-en-Pdo.-de-Moron>>. [Fecha de Consulta: 27 de Agosto de 2018].



camino al puerto es más sencillo y rápido desde esta ubicación, que otra más lejana a la Autopista.



Registro de la Sociedad

Pean-Pal es una empresa nueva por lo tanto será necesario realizar los procedimientos adecuados para la registración de la misma ante la AFIP. Gracias a la ley de emprendedores se crearon las SAS “Sociedad por Acciones Simplificada”, éstas brindan grandes beneficios para los emprendedores, por tal motivo se optará por registrar la empresa bajo este sistema.¹⁰⁰

La constitución de la sociedad demora únicamente 24hs y el costo del trámite es siempre el 25% de dos salarios mínimos, vitales y móviles (\$5.350,00 a Septiembre 2018), la realización del trámite puede ser vía internet. Por otro lado, esta opción nos permitirá trabajar sin límite de facturación.

En cuanto a los requisitos necesarios deben mencionarse:

- Estar radicada en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires o la Provincia de Buenos Aires.
- CUIL, CUIT o CDI

¹⁰⁰David Acuña. Costos y oportunidades de la Sociedad por Acciones Simplificada [en línea]. Fecha de Publicación: Septiembre 2017 <https://medium.com/@asea_arg/costos-y-oportunidades-de-la-sociedad-por-acciones-simplificada-sas-87c6285c34d> [Fecha de consulta: 12 de Septiembre de 2018].



- Tener clave fiscal nivel 2 o más
- Designar un Administrador Titular que debe contar con CUIT, clave fiscal nivel 3 y será el administrador de relaciones frente a la AFIP.¹⁰¹

¹⁰¹Argentinagob. Crear una sociedad por acciones simplificada [en línea]. Fecha de Publicacion: Septiembre 2018 <<https://www.argentina.gob.ar/crear-una-sociedad-por-acciones-simplificada-sas>> [Fecha de consulta: 12 de Septiembre de 2018].



COMERCIO INTERNACIONAL

Unitarización

La mercadería se enviará en cajas que contengan 120 unidades. Las medidas de las cajas son 0,2 x 0,2 x 0,2 metros. Las mismas irán paletizadas en un universal pallet de 2,2 m de alto x 1,2 m de largo x 1 m de ancho.

Embarque 2019:

Se enviarán 3 embarques en Mayo, Agosto y Noviembre con 8 pallets de un peso neto total de 6463 kg. Se conformarán de la siguiente manera.

- 5 pallets con 330 cajas cada uno, conteniendo envases de plástico
- 2 pallets con 264 cajas cada uno, conteniendo envases de vidrio.
- 1 pallet de 268 cajas con envases de plástico y 16 cajas con envases de vidrio.

Proyección Unitarización	2020	2021	2022	2023
Pallets (plástico + vidrio)	9	10	10	11
Cajas (plástico + vidrio)	2844	3009	3184	3369
Peso	7.457,2 kg	7.889,7 kg	8.347,3 kg	8.831,4 kg



Posición arancelaria Aduana Argentina¹⁰²

[No es seguro | cice.vuce.gov.ar/busqueda/posicion/exportacion/2008.11.00.210F](http://cice.vuce.gov.ar/busqueda/posicion/exportacion/2008.11.00.210F)

2008.11.00.210F

TEXTO DE LA PARTIDA
NOTAS LEGALES
CLASIFICACIÓN

Sección IV PRODUCTOS DE LAS INDUSTRIAS ALIMENTARIAS; BEBIDAS, LIQUIDOS ALCOHOLICOS Y VINAGRE; TABACO Y SUCEDANEOS DEL TABACO ELABORADOS

20 PREPARACIONES DE HORTALIZAS, FRUTAS U OTROS FRUTOS O DEMÁS PARTES DE PLANTAS

20.08 FRUTAS U OTROS FRUTOS Y DEMÁS PARTES COMESTIBLES DE PLANTAS, PREPARADOS O CONSERVADOS DE OTRO MODO, INCLUSO CON ADICIÓN DE AZÚCAR U OTRO EDULCORANTE O ALCOHOL, NO EXPRESADOS NI COMPRENDIDOS EN OTRA PARTE.

2008.1 Frutos de cáscara, maníes (cacahuates, cacahuetes)* y demás semillas, incluso mezclados entre sí:

2008.11.00 Maníes (cacahuates, cacahuetes)*

2008.11.00.2 Manteca

2008.11.00.210F En envases inmediatos de contenido neto inferior o igual a 1 kg (R.420/99 MEYOSP)

Aranceles

DE	DE Dec.793/18	RE	RI
0.00%	+12.00%	3.25%	3.25%

Datos complementarios

Código AFIP (TRAM) 0020.00.00.000R

Unidad 01-KILOGRAMO

Ramo II - CEREALES, ALIMENTOS Y MADERAS

Sufijos de Valor

Código	Descripción
AA	MARCA
AI	CODIGO DE PRODUCTO O ARTICULO
AJ	PRESENTACION
AR	VENCIMIENTO
CA	—
CA01	ACONDICIONADOS PARA LA VENTA AL POR MENOR.

Información de la Posición

PROHIBICIONES

Flora Silvestre Nota SADS 535/10 | Res.SADS 1766/07 | Res.SADS 375/07 | Res.SADS 500/06 | Res.SADS 578/06 | Res.SADS 929/13

Flora Silvestre Nota SADS 535/10 | Res.SADS 1766/07 | Res.SADS 375/07 | Res.SADS 500/06 | Res.SADS 578/06 | Res.SADS 929/13

Trámites previos

INTERVENCIONES

SENASA - Venta directa al público Res.ANA 2012/93 | Res.ANA 2609/97

INAL - Venta directa al público Circ.Tx.ANA 1641/96 | Disp.ANMAT 5434/98 | Res.ANA 1946/93 | Res.ANA 445/96 | Res.MSAS 876/97

REQUISITOS

Embalajes de madera (NIMF15) NIMF N° 15 | Res.SENASA 199/13

Certificación INAL Disp.ANMAT 4377/01 | Inst.Gral.DGA 71/01

RESTRICCIONES

Cupo: Pasta de maní a EE.UU. Res.SAGPA 60/07

Fuente: Central de Información de Comercio Exterior

¹⁰²CICE. Central de Información [en línea]. <<http://cice.vuce.gov.ar/busqueda/posicion/exportacion/2008.11.00.210F>> [Fecha de Consulta: 20 de Agosto de 2018].



Documentación para la exportación

Derecho de Exportación: 12%, con un máximo de AR\$ 3 por cada dólar según el Decreto 793/18.

Reintegros del 3,25%¹⁰³

Se deben enviar la factura comercial, el conocimiento de embarque, los documentos de seguro, el Certificado de Origen, los Certificados de Sanidad del INAL y Certificados de Senasa para el análisis de Aflatoxina (Producto ecológicos).

El Certificado de Origen es necesario para demostrar que la mercadería es Argentina, y que de esta manera el importador sólo deba abonar el 12,8% de tributos aduaneros por la importación y no el 25% de arancel adicional que el Reino Unido impuso a aquellos productos de crema de maní originarios específicamente de Estados Unidos. Teniendo en cuenta que el Incoterm de venta es CIF, es que nosotros debemos realizar los trámites necesarios para obtener este documento que el importador requiere, pero estos gastos serán a expensas del importador inglés.¹⁰⁴¹⁰⁵

Además, las exportaciones deben ser certificadas en cuanto al contenido de aflatoxinas¹⁰⁶, previo al embarque. Se debe presentar una copia del certificado y/o protocolo de análisis emitido por la empresa de certificación que intervino en el control de la mercadería ante el funcionario del SENASA actuante en el momento de la exportación, quien verificará el mismo, previo a su autorización de despacho.¹⁰⁷

¹⁰³ Alfonsina Comercio Exterior. Aranceles.
<http://www.alfonsinace.com/index.php?option=com_wrapper&view=wrapper&Itemid=59&lang=es> [Fecha de Consulta: 10 de Septiembre de 2018].

¹⁰⁴ TradeTariff. Peanut Butter Commodity information for 2008111000 [en línea]. Fecha de Publicación: Octubre de 2018.
<<https://www.trade-tariff.service.gov.uk/trade-tariff/commodities/2008111000?country=AR&day=21&month=10&year=2018#import>>. [Fecha de Consulta: 22 de Octubre de 2018].

¹⁰⁵ [Ver Anexo - Certificado de Origen]

¹⁰⁶ [Ver Anexo, ¿qué son las aflatoxinas?].

¹⁰⁷ Senasa. Resolución 436/2002 Servicio Nacional de Sanidad y Calidad Agroalimentaria [en línea]. Fecha de Publicación: 2002. <<http://www.senasa.gob.ar/normativas/resolucion-436-2002-senasa-servicio-nacional-de-sanidad-y-calidad-agroalimentaria>> [Fecha de Consulta: 24 de Octubre de 2018].



Incoterm

El incoterm elegido para realizar la exportación es CIF. Consideramos que es la opción más acertada dado que si bien nuestro importador en Inglaterra ya posee experiencia en el mercado internacional, no tiene productos de Argentina aún. Confiamos en que nuestros conocimientos de los distintos aspectos que conlleva la exportación de la mercadería son suficientes como para que no haya ningún inconveniente en la contratación del seguro y flete, haciéndonos responsables de la mercadería hasta que llegue al puerto de Londres. A partir de ese momento, será el importador quien se maneje para liberar la mercadería y se encargará de todos los trámites aduaneros en destino.



Ingreso al Reino Unido

El primer paso para poder importar al Reino Unido, es obtener un número de EORI (Economic Operator Registration and Identification Scheme) que nos registra como comerciantes de bienes dentro del territorio en cuestión. El formulario de EROI a completar dependerá de si estamos previamente ingresados en el registro de impuesto al valor agregado o VAT (value added tax) en Inglaterra. Una vez completado en formulario, el trámite lleva 3 días hasta que se expida el número de EROI y podamos comenzar a operar en territorio británico.

Una mayoría de alimentos se encuentran exentos de VAT, pero los alimentos presentados en caterings de hoteles, se encuentran grabados. De todas maneras, el arancel para aquellos elementos untables como mantequilla de maní o dulces es de 0%.¹⁰⁸

En cuanto a los requisitos meramente aduaneros, podemos destacar las siguientes barreras encontradas:¹⁰⁹

- Se debe pagar un impuesto por ser un país por fuera de la UE, llamado “Third country duty” del 12,8%.
- Control de importación: se debe presentar el “Common Entry Document” (Documento Común de Entrada), código de documento C678¹¹⁰. Éste debe ser completado por el operador de la industria donde notifica acerca de la fecha y horario estimado de llegada de la mercadería al punto designado de entrada. Se debe completar la primer parte de este documento y entregar a las autoridades competentes en el punto de entrada designado por lo menos un día antes de la llegada física del producto.¹¹¹¹¹²

¹⁰⁸Office of the Revenue Commissioners. VAT on food and drink. [en línea] Fecha de publicación: Septiembre de 2018. n.3 <<https://www.revenue.ie/en/tax-professionals/tdm/value-added-tax/part03-taxable-transactions-goods-ica-services/Goods/goods-food-and-drink.pdf>> [Fecha de Consulta: 12 de Septiembre de 2018].

¹⁰⁹Gov.UK. Commodity information for 2008111000. [en línea] Fecha de publicación: 12 de Septiembre de 2018. <<https://www.trade-tariff.service.gov.uk/trade-tariff/commodities/2008111000?country=AR&day=24&month=10&year=2018#import>> [Fecha de Consulta: 12 de Septiembre de 2018].

¹¹⁰Gov.UK. Commodity information for 2008111000. [en línea] Fecha de publicación: 12 de Septiembre de 2018. <<https://www.trade-tariff.service.gov.uk/trade-tariff/commodities/2008111000?country=AR&day=24&month=10&year=2018#import>> [Fecha de Consulta: 12 de Septiembre de 2018].

¹¹¹ Official Journal of the European Union. COMMISSION REGULATION (EC) No 669/2009 [pdf en línea]. Fecha de Publicación: 25 de Julio de 2009. n 2 (Article 3), 3 (Article 6). <<https://eur->



- Control de importación: según el Reglamento de Ejecución (UE) 2016/2106 de la Comisión, la crema de maní originaria de Argentina debe ingresar al Reino Unido acompañada de un certificado sanitario que acredite que los productos han sido objeto de muestreo y análisis para detectar la presencia de aflatoxinas; y proteger la salud humana. Los resultados del análisis deben ser adjuntados al certificado; el cual debe ser emitido por SENASA y presentado con anterioridad a la entrada en destino. En cuanto a la posición 2008.11 originaria de Argentina: se realizarían controles físicos (del alimento; ya sea en el medio de transporte, embalaje, muestreo para análisis y exámenes de laboratorio, entre otros controles para verificar el cumplimiento de la legislación) y de identificación (inspección de certificados y documentos).¹¹³¹¹⁴¹¹⁵

Legislación sobre etiquetado en el Reino Unido

Como principio básico, la etiqueta debe ser:¹¹⁶¹¹⁷

- Clara y de fácil lectura
- Permanente (la etiqueta no se debe poder cambiar por otra)
- De fácil comprensión
- Visible
- Que no permita obtener interpretaciones distintas

lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2009:194:0011:0021:EN:PDF> [Fecha de Consulta: 2 de Octubre de 2018].

¹¹²[Ver Anexo: **ANEXO II**].

¹¹³ Diario Oficial de la Unión Europea. Reglamento de Ejecución 2016/2106 de la Comisión [pdf en línea]. Fecha de Publicación: 2 de Diciembre de 2016. n. 1 (3), 2 (2). <<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/PDF/?uri=CELEX:32016R2106&qid=1540611518734&from=EN>>. [Fecha de Consulta: 20 de Octubre de 2018].

¹¹⁴ Diario Oficial de la Unión Europea. Reglamento de Ejecución 2016/24 de la Comisión [pdf en línea]. Fecha de Publicación: 13 de Enero de 2016. n. 2. <<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/PDF/?uri=CELEX:32016R0024&from=ES>>. [Fecha de Consulta: 20 de Octubre de 2018].

¹¹⁵ Diario Oficial. Reglamento 882/2004 del Parlamento Europeo y del Consejo [pdf en línea]. Fecha de Publicación: 1 de Enero de 2007. n.12. <<https://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CONSLEG:2004R0882:20070101:ES:PDF>>. [Fecha de Consulta: 20 de Octubre de 2018].

¹¹⁶Gov.UK. Foodlabelling and packaging. [en línea]<<https://www.gov.uk/food-labelling-and-packaging>> [Fecha de Consulta: 12 de Septiembre de 2018].

¹¹⁷ Statutory Instruments. The Food Information Regulations 2014. [en línea]. Fecha de Publicación: 2014. <http://www.legislation.gov.uk/ukxi/2014/1855/pdfs/ukxi_20141855_en.pdf> [Fecha de Consulta: 12 de Septiembre de 2018]



- Se deberá mostrar información una lista de ingredientes

En cuanto a legislación obligatoria, la etiqueta debe informar:

- Nombre del producto
- Fecha de expiración
- Advertencias necesarias
- Cantidad neta
- Lista de ingredientes
- Nombre y dirección del productor o vendedor
- Número de lote
- Condiciones de guardado
- Instrucciones de cocinado en caso de ser necesario



LOGÍSTICA INTERNACIONAL

Teniendo en cuenta la potencial demanda en el mercado, y el período de 9 meses apto para el consumo, es que se realizarán exportaciones para un total de consumo de 4 meses en cada embarque marítimo. El primer año se realizarán 3 embarques, todos con destino al Puerto de Londres para abastecer a esta ciudad. A partir de 2020, con la adición de Liverpool y Manchester al negocio, es que se comenzarán a realizar 4 embarques por año.

Para la logística nos contactamos con la empresa MSL Corporate, una empresa con más de 20 años de trayectoria de servicio en el transporte de mercancías. El flete marítimo corresponde a la compañía Hapag Lloyd y la ruta marítima cubre el trayecto desde el Puerto de Buenos Aires al Puerto de Londres (London Gateway Port). El transit time entre ambos destino se calcula en 45 días (± 2 días).

La siguiente cotización corresponde a 6 pallets en total. Sobre éstos, 5 Pallets van a pesar 831,6 Kg, y un pallet va a pesar 674,8 Kg. La altura máxima sería de 2,2 metros cada uno y no son apilables. El peso total de la carga es de 4.833,9 Kg. El volumen total es de 2,64 m³.

Flete Marítimo Hapag Lloyd	Tarifa	Importe
Buenos Aires - London Gateway Port	30 USD TN/M	145,02 USD
Total		145,02 USD

Gastos Locales	Tarifa	Importe
VGM Fee	25 USD	25 USD
Consolidación	25 USD TN/M3	118,65 USD
Emisión BL	45 USD	45 USD



GateOut	45 USD	45 USD
Total		233,65 USD

Gastos en Depósito Fiscal	Tarifa	Importe
Bajada a Piso Mercadería	150 USD	150 USD
Verificación	75 USD	75 USD
Gestión Administrativa	30 USD	30 USD
Recupero Gastos Portuarios	50 USD	50 USD
Total		305 USD

Envío de muestras del producto

El código aduanero establece en su artículo 560 que existen 3 tipos de muestras para enviar a un posible cliente en el exterior. Están las “Muestras en general”, “Muestras sin Valor en Aduana”, y “Muestras con Valor”.

En el caso del envío de muestras al Reino Unido, serán muestras generales sin la necesidad de ser inutilizadas, dado que enviaremos 20 envases en total, siendo 10 de éstos de plástico y 10 de vidrio. Por los pocos gramos que tiene cada envase, sería imposible comercializar 20 envases. Estos serán enviados al proveedor para que teste el producto a su gusto, y así, cerrar la operación comercial. Estas muestras se encuentran exentas de derechos de exportación, y tampoco gozarán ningún beneficio de promoción a exportaciones. Al tener un peso menor a 50 Kilos, podremos utilizar un courier para realizar el envío.¹¹⁸

¹¹⁸ AFIP. Consultas y Respuestas Frecuentes sobre Normativa, Aplicativos y Sistemas. [en línea]. Fecha de publicación: 2006.

<https://www.afip.gov.ar/genericos/guiavirtual/directorio_subcategoria_nivel3.aspx?id_nivel1=556id_nivel2=892&id_nivel3=1910> [Fecha de consulta: 20 de Octubre de 2018]



El proveedor seleccionado para realizar el envío será DHL. La compañía en su página indica cómo realizar el embalaje en caja, y el tipo de etiquetado requerido para la exportación de la muestra. Dentro de su tarifario de envíos desde Argentina, Inglaterra se ubica en la zona 4 por su lejanía. Un envío a Zona 4, de 2,5 kilogramos costaría US\$ 274,1. Por este monto el paquete sería entregado en la puerta del cliente, sin necesidad de que intervenga algún otro actor en este envío.¹¹⁹

En cuanto a la legislación inglesa para la importación de muestras, se establece que no se deberá pagar ningún derecho de importación o VAT, en los casos que las muestras no tengan valor comercial, se encuentran en cantidades no comercializables y su utilidad es para cerrar algún trato comercial. Es necesario enviar una factura de muestra, en la que se aclara que no tiene valor comercial alguno, y que por ende no podrá ser vendida en territorio inglés. La muestra tiene un valor inferior a los 19 dólares por lo que es enviada por courier y no es afectada por restricciones o derechos de importación.¹²⁰

Medio de pago internacional

Con respecto al medio de pago se acordará con el importador la apertura de una carta de crédito notificada, diferida a 60 días fecha de embarque e irrevocable; de esta forma ambas partes negociantes podremos garantizar el cumplimiento de las obligaciones.

Se trabajará con el Banco Patagonia, y se utilizará la misma carta de crédito para todas las operaciones procediendo a la apertura y al cierre de la misma en función a los embarques programados.

Si bien es el método más costoso a implementar en comparación con otras opciones como la Cobranza Documentaria o la Orden de pago, es importante tener en cuenta que estas operaciones representan el único ingreso por ventas que posee la empresa, además de ser nuestra primera actuación en mercados internacionales.

Teniendo en cuenta lo anteriormente mencionado consideramos que ésta es la opción más eficiente y nos permitirá mantener un alto nivel de seguridad en el cobro.

¹¹⁹ DHL. Guía de servicios y tarifas 2018. [en línea]. Fecha de publicación: 2018. <http://www.dhl.com.ar/content/dam/downloads/ar/express/es/shipping/rate_guide/dhl_express_rate_transit_guide_ar_es.pdf> [Fecha de consulta: 29 de Octubre de 2018]

¹²⁰ GOV.UK. Notice 367. [en línea]. Fecha de publicación: 2018. <<https://www.gov.uk/government/publications/notice-367-importing-commercial-samples-of-negligible-value-free-of-duty-and-vat/notice-367-importing-commercial-samples-of-negligible-value-free-of-duty-and-vat#relief-conditions>> [Fecha de consulta: 29 de Octubre de 2018]



ANÁLISIS FINANCIERO

Premisas

- Los cálculos preliminares se expresaron en pesos argentinos para luego efectuarse el correspondiente ajuste por inflación. Mientras que para los resultados totales se utilizó el dólar estadounidense como moneda de conversión dadas las características internacionales del proyecto.
- Se tuvieron en cuenta los promedios de inflación y tipo de cambio anuales correspondientes a cada análisis.
- Para el inicio del negocio se solicita un préstamo en pesos a una tasa del 37,14%, el cual devenga intereses que se pagan mensualmente durante 60 meses, concluyendo la totalidad del pago al finalizar el análisis.
- La tasa del préstamo bancario se encuentra en pesos por lo tanto se utilizó un criterio de conversión de la misma a dólares en función a estimaciones del mercado, para poder calcular el WACC correctamente.
- Los reintegros por las exportaciones se solicitan luego de cada operación cobrándose 6 meses después de la misma.
- No se realizan ventas locales por lo tanto se solicita la devolución del Crédito Fiscal del IVA por los insumos gravados que fueron adquiridos localmente y son objeto de exportación. La solicitud de devolución se realiza luego de 6 meses de cada operación de exportación; y ésta se concreta 6 meses más tarde.
- Al finalizar el período se recupera una suma de US\$14.654,55 en concepto de Activos No Corrientes, por la venta de los mismos (maquinarias y equipos de computación).
- Al finalizar el período se recupera el 80% del Capital de Trabajo invertido, además del pedido de recupero de IVA aún vigente y que corresponde a las operaciones de exportación del período anterior.
- Las ventas aumentan en un 5,8% anual, en relación con el crecimiento de mercado de la mantequilla de maní para el Reino Unido en el próximo período.
- Se adoptó un criterio de pago a 30 días por las compras de materia prima realizada a los proveedores; y un plazo de cobranzas por ventas de 60 días desde la fecha de embarque.



- Se amortizan las maquinarias en 10 años y los equipos de computación en 5 años.
- Los sueldos del personal aumentan en Mayo y Octubre de cada año según la inflación acumulada hasta el período anterior.
- Los gastos en el alquiler de la fábrica aumentan en Julio en relación a la inflación acumulada hasta el período anterior, esto corresponde a un acuerdo para el aumento en el contrato de alquiler cada 6 meses.
- La tasa correspondiente al Impuesto a las Ganancias que deberá afrontar la empresa es del 35%.

Inversión inicial

La inversión inicial requerida para la puesta en marcha del negocio de Pean-Pal es de USD \$112.080,99 para lo cual se adoptó una política de inversión donde únicamente el 40% corresponde a deuda tomada de terceros siendo de USD \$44.832,40 mientras que el 60% corresponde a aportes de los socios concluyendo en un monto de USD \$67.248,60.

La inversión está compuesta principalmente por el valor de las cinco maquinarias a utilizar, las cuales implican un desembolso de US\$40.080,99. Por otro lado existen varios gastos de acondicionamiento de la fábrica, certificaciones y trámites que son desembolsados en el momento cero previo al funcionamiento del negocio. Además es de gran importancia tener en cuenta que el Capital de Trabajo Neto surge del flujo acumulado de costos, calculado dentro del Flujo de Fondos, incurridos el primer año.

Para la obtención de deuda se acudió a un préstamo bancario en pesos, solicitando el mismo al Banco BICE (Banco de Inversión y de Comercio Exterior) a una tasa del 37,14%¹²¹. Según el análisis de alternativas realizado llegamos a la conclusión que si bien el préstamo no es en dólares, el banco nos brinda ciertas flexibilidades como la posibilidad de acceder a la totalidad del monto necesario y con un plazo de pago de 60 meses, sin la necesidad de presentar balances anteriores ni experiencia en el negocio a desarrollar. Para éste se debe poseer una cuenta corriente en alguna entidad financiera autorizada.

¹²¹ BICE. Primer crédito Pyme. <<https://www.bice.com.ar/productos/primer-credito-pyme/>>. [Fecha de Consulta: 5 de Octubre].



Préstamo Bancario	
Entidad Bancaria	Banco de Inversión y de Comercio Exterior
Monto solicitado	AR\$1.708.114,35
Moneda utilizada en la operación	Pesos argentinos
Monto convertido a dólar	USD \$44.832,40
Cuotas fijas	AR\$62.416,46
Plazo en meses / Cantidad de cuotas	60
CFT	37,14%
Tasa de interés neta mensual	3,05%

Proyecciones financieras

Inflación

La inflación es, junto con el tipo de cambio, la variable que más puede afectar a nuestro proyecto. Es por esto que decidimos realizar un promedio de distintas fuentes, año a año. Seleccionamos valores ofrecidos por consultoras, el Relevamiento de Expectativas de Mercado (publicado por el Banco Central de la República Argentina) y Emis Professional (proveedora de datos para análisis de créditos). En cuanto a la proyección mes a mes del año 2019, utilizamos información provista por “El Cronista”. Calculamos la inflación acumulada a través de la proyección mes a mes que es el promedio de las distintas fuentes, resultando en una inflación acumulada para el año 2019 del 24,92%:

	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
Inflación	2,50%	2,30%	2,45%	2,50%	2,40%	2,20%	2,10%	1,85%	1,90%	1,70%	1,60%	1,42%
Inflación Acumulada	2,50%	4,80%	7,25%	9,75%	12,15%	14,35%	16,45%	18,30%	20,20%	21,90%	23,50%	24,92%



Para los años 2020, 2021, 2022 y 2023, realizamos el ya comentado promedio entre distintas fuentes, para así tener una inflación lo más confiable posible, y evitando que ésta connote de algún tipo de parcialidad por parte de la fuente:

		Consultoras	REM	Emis Professional	Promedio
Proyección Inflación	2018		44,80%		44,80%
	2019	26,00%	27,00%	21,77%	24,92%
	2020	18,90%	19,00%	19,55%	19,15%
	2021			15,50%	15,50%
	2022			9,20%	9,20%
	2023	8,00%			8,00%

Si bien no todos los años se encuentran calculados por las varias fuentes de la información, recaudamos todos los datos posibles obteniendo las siguientes inflaciones acumuladas:

- 2019: 24,92%
- 2020: 19,15%
- 2021: 15,5%
- 2022: 9,2%
- 2023: 8%

Es notable la tendencia a la baja en la inflación que se proyecta, pasando de 44,8% en 2018, al 8% en 2023.¹²²¹²³¹²⁴

¹²²El Cronista. Pronostican que recién en 2019 apretón monetario empezará a frenar la inflación. [en línea]. Fecha de publicación: 2 de Octubre de 2018. <<https://www.cronista.com/economiapolitica/Pronostican-que-recien-en-2019-apreton-monetario-empezara-a-frenar-inflacion-20181002-0076.html>> [Fecha de consulta: 10 de Octubre de 2018]

¹²³BCRA. Resultados del Relevamiento de Expectativas de Mercado (REM). [en línea]. Fecha de publicación: Septiembre de 2018. <<http://www.bkra.gob.ar/Pdfs/PublicacionesEstadisticas/REM180928%20Resultados%20web.pdf>> [Fecha de consulta: 10 de Octubre de 2018]

¹²⁴La Voz. Para el mercado la inflación será 40,3% . [en línea]. Fecha de publicación: 5 de Septiembre de 2018. <<http://www.lavoz.com.ar/politica/para-mercado-inflacion-sera-403>> [Fecha de consulta: 10 de Octubre de 2018]



Tipo de cambio

El tipo de cambio es la segunda variable clave que enfrentamos, dada su alta fluctuación y constante cambio, especialmente en el último año. Se han utilizado varias fuentes también, promediando los valores. En este caso más allá de las proyecciones provistas por distintas partes, también se calculó un tipo de cambio que aumenta según la inflación proyectada para ese año en particular. Estos son los resultados:

		Cronista	Perfil	Precio Hoy	Promedio	Cálculo con inflación	Promedio Total
Proyección de Tipo de Cambio	2018	-	-	-	-	42	42
	2019	52,94	40,1	43,01	45,35	52,4678	48,9089
	2020	-	44,3	52,54	48,42	62,5153837	55,46769185
	2021	-	48,2	55,95	52,075	72,20526817	62,14013409
	2022	-	50,5	61,7	56,1	78,84815285	67,47407642
	2023	-	-	-	-	85,15600507	72,87200254

El “Promedio” está compuesto por el cálculo entre “El Cronista”, “Precio Hoy” y “Perfil”. Luego el “Cálculo con inflación” es la multiplicación del último año, por la inflación calculada para el próximo período. Así por ejemplo el tipo de cambio del 2019 calculado por la inflación sería: \$42, multiplicados por 24,92%, la inflación acumulada de 2019.



Finalmente, promediamos el promedio de las distintas fuentes, y el cálculo con inflación. Con esto logramos obtener un promedio proyectado por distintos organismos, al mismo tiempo que se encuentra atado a la inflación proyectada.¹²⁵¹²⁶¹²⁷¹²⁸

Proyección de ventas

Pean Pal solo venderá mantequilla de maní en el mercado internacional. Ninguna parte de la producción será enfocada al mercado local. El cálculo de las ventas se realizó a través de la demanda calculada para Londres, en el primer año, y a partir del segundo año se le agregan las ciudades de Manchester y Liverpool con la extensión del negocio.

Durante el primer año la proyección de ventas es equivalente a la suma de envases de plástico y vidrio que demandará Londres. La cantidad de cada tipo de envase se calculó a partir del supuesto de que solamente los hoteles 5 estrellas demandarán envases de vidrio, mientras que los hoteles 3 y 4 estrellas demandarán envases de plástico. Además, para calcular cuánta cantidad de mantequilla demanda cada ciudad se tuvo en cuenta el volumen de turismo específicamente proveniente de Estados Unidos y el Reino Unido, junto con el promedio anual de consumo de cada uno de estos países, los cuales consideramos que son los principales consumidores del producto en este mercado.

Primer año	Londres
Ventas vidrio	54.315
Ventas plástico	230.132

¹²⁵ El Cronista. Dolar, inflación y crecimiento. Las proyecciones del mercado para 2019. [en línea]. Fecha de publicación: 19 de Septiembre de 2018. <<https://www.cronista.com/economiapolitica/Dolar-inflacion-y-crecimiento-las-proyecciones-del-mercado-para-2019-20180918-0043.html>>. [Fecha de consulta: 10 de Octubre de 2018]

¹²⁶ Perfil. El presupuesto presentado por el gobierno prevé una caída de la economía para 2019 [en línea]. Fecha de publicación: 17 de Septiembre de 2018. <<https://www.perfil.com/noticias/economia/el-presupuesto-presentado-por-el-gobierno-preve-una-caida-de-la-economia-para-2019.phtml>>. [Fecha de consulta: 10 de Octubre de 2018]

¹²⁷ Precio Hoy. PREVISIÓN DOLAR PESO ARGENTINO 2018, 2019, 2020, 2021, 2022 [en línea]. Fecha de publicación: 17 de Septiembre de 2018. <<https://preciohoy.com/prevision-dolar-peso-argentino>>. [Fecha de consulta: 10 de Octubre de 2018]

¹²⁸ Rofex. Rofex real time. [en línea]. Fecha de publicación: 2018. <<https://rofex.primary.ventures/home#rofex/futuros>>. [Fecha de consulta: 10 de Octubre de 2018]



Total	284.447
-------	---------

En el primer año se realizarán 3 embarques; en Mayo, Agosto y Noviembre. Cada uno de éstos por la misma cantidad de unidades: 284.447. Sobre éstas, el 80,91% representan las unidades con envase plástico, y el restante 19,09% son envases de vidrio; valores relacionados con los porcentajes de hoteles 3 y 4 estrellas, y 5 estrellas respectivamente. La razón por la que se realizan 3 embarques es para mantener los costos de exportación lo más bajo posibles. Cada embarque conlleva, según la estimación mensual de la demanda, productos para un stock de 4 meses en cada uno de sus formatos.

A partir del segundo año las ventas se proyectan no sólo para la ciudad de Londres sino que también para Manchester y Liverpool, manteniendo siempre las dos versiones del producto. Año a año, las ventas aumentan un 5,8% en función al crecimiento del mercado.¹²⁹ Del segundo a cuarto año se harán cuatro embarques por año, y esos embarques tendrán siempre la misma cantidad. La diferencia año a año será el ya mencionado 5,8% de aumento que tendrán.

Columna1	Segundo año	Tercer año	Cuarto año	Quinto año
Ventas vidrio	60.302	63.799	67.500	71.415
Ventas plástico	268.958	284.557	301.062	318.523
Total	329.260	348.357	368.561	389.938

Precio de Venta

La venta es pactada en incoterm CIF Londres. Los precios de venta se diferencian según el segmento del mercado al cual apunta cada producto. En el caso de la mantequilla de maní que apunta a los hoteles 3 y 4 estrellas, el precio de venta es de 0,18 dólares. Mientras que el precio de venta del

¹²⁹Statista. PeanutButter UK [en línea]. Fecha de Publicación: Agosto de 2018. <<https://www.statista.com/outlook/40090400/156/peanut-butter/united-kingdom>> [Fecha de Consulta: 15 de Agosto de 2018].



producto para los envases que proyectamos vender en el segmento de hoteles 5 estrellas es de 0,35 dólares.

Costo de Mercadería Vendida

Para la producción de la mercadería se contactó a distintos proveedores argentinos, con 3 opciones de proveedores de maní para no correr riesgos de problemas en la entrega ya que este insumo no sólo resulta esencial para la producción sino que también es el principal factor de calidad del producto final. De todas maneras, para la facilitación de los siguientes cálculos se tuvo en cuenta sólo el precio del proveedor más conveniente.

Insumo	Costo por envase Plástico	Costo por Frasco de Vidrio
Maní	0,7295 AR\$	0,7295 AR\$
Azúcar	0,0499 AR\$	0,0499 AR\$
Sal	0,0011 AR\$	0,0011 AR\$
Etiqueta	0,4358 AR\$	0,41395 AR\$
Envase	0,0007 AR\$	3 AR\$
Total de Costo de Producción	1,2170 AR\$ (0,0249 US\$)	4,1945 AR\$ (0,0858 US\$)

El costo del maní, azúcar y sal que repercute en el producto se calculó en función a los 21 gramos de contenido de cada envase, considerando la proporción que se incorpora de cada insumo en estos 21 gramos (es decir, el 87% de la pasta es maní, el 12,5% es azúcar y el 0,5% es sal). Para la lámina de Foil de Aluminio se consideró que cada m² de este producto pesa 60 gramos y que según el tamaño que se necesita (0,055 m de largo x 0,045 m de ancho) por el precio de esos gramos; el costo por producto sería el mencionado anteriormente. Una cuestión similar ocurre con el plástico para termoformado ya que se debe calcular según los cm³ que cada envase requiere de plástico PET y éstos,



por los gramos del plástico. Calculando los cm³ del envase (4,5 cm de ancho x 5,5 de largo x 2 cm de alto) por los 0,9 gramos que pesa el plástico es que se arribó al ya mencionado costo de plástico por producto.

El frasco de dulce tiene un costo de 3\$ unitario en función a un análisis realizado en el supermercado ya que los proveedores contactados tenían función de distribuidores mayoristas, y no fabricantes del insumo por lo que el precio era demasiado alto y no constituía un precio industrial. Para definir este precio se analizó el precio al público de un yogurt de plástico y el precio del mismo contenido de yogurt pero en formato de vidrio; y a partir de esta diferencia se consideró que nuestro costo para este insumo será de 3\$ unitario.

Por otro lado, el costo de la etiqueta autoadhesiva para el frasco se obtuvo teniendo en cuenta la impresión en hojas adhesivas A3+. Éstas tienen un tamaño de 32,4 cm x 48 cm y allí entran etiquetas necesarias para 38 unidades; y el costo por hoja es de 13 AR\$ +IVA.

En función a los costos de cada insumo es que se calculó el costo total de la producción; multiplicando el precio por Kg o por unidad, por la cantidad necesaria. Esto depende del insumo en cuestión; ya que por ejemplo el maní, azúcar y sal se calculan según la cantidad de kgs que son necesarios por mes, mientras que el resto de insumos de producción son calculados en función a la cantidad de envases a realizar por mes. Además, en los insumos alimenticios se tuvo en cuenta un nivel de posible desperdicio del 2%, relacionado con la posibilidad de pérdida de insumos durante el armado de la pasta de maní, los restos de pasta que quedarán en la máquina mezcladora, o la rotura del producto final. Para el resto de insumos se consideró un menor nivel de desperdicio (del 0,5%) ya que sólo se tuvo en cuenta la posibilidad de rotura durante la etapa final de producción, ya sea por una rotura del envase de vidrio, o un mal cortado de las etiquetas, entre otras variantes posibles.

Para el Costo de la Mercadería Vendida, además del costo total en insumos que tiene cada producto, se añadieron:

- costos por el consumo de servicios (la electricidad utilizada por las máquinas, y gas y agua en un 80%),
- sueldos de producción (1 operario, 2 operarios calificados y un supervisor de producción),
- el alquiler de la fábrica,
- el embalaje necesario para la exportación,



- certificación SENASA de Pallets para la exportación del producto.

Todos estos costos fueron promediados en función del nivel de producción que representa cada formato de envase respecto al total; y éstos son 80,91% para el envase plástico y 19,09% para el de vidrio en el primer año, y 81,69% y 18,31% a partir del segundo año en adelante.

Compras

Las compras de insumos fueron calculadas en función de la cantidad necesaria de desembolso mensual que se debe realizar para tener stock siempre según el nivel de consumo. Considerando el formato en que se compra con cada proveedor, es que:

- Para el maní la compra mínima es de 1000 kg.
- La compra mínima de azúcar es de 50 kg.
- La bolsa de sal que se compra para la producción es de 25 kg.
- El plástico PET para termoformado se compra por bobinas de 300 kg
- Las etiquetas de Aluminio se compran en bobinas de 10 kg
- Los envases y etiquetas para el vidrio se compran mensualmente por la cantidad necesaria.

Gastos Administrativos

Se tuvieron en cuenta todos los gastos referidos a:

- Registro de Sociedad Anónima Simplificada: AR\$ 5.350.
- Reacondicionamiento de fábrica: considerando un costo de AR\$ 27.160,44 cada m2 es que se estimó un total de 500.000 pesos en concepto de reformas en la fábrica, lo cual representaría unos 18m2 de reforma, que se harán en el espacio de oficinas de la fábrica.¹³⁰
- Vestimenta para Operarios: incluye mamelucos para los operarios; calzado de seguridad; lentes; y cofias, cubrecalzado y guantes descartables.
- Útiles de Oficina: representa la compra de artículos varios como son lapiceras, cuadernos, resma de hojas, toners de tinta para la impresora, entre otros valores.
- Muebles: incluye la compra de una cafetera, dos escritorios, sillas y un teléfono.
- Equipos de Computación: se consideraron 3 computadoras All in One y una impresora.

¹³⁰ Colegio de Arquitectura. Costo del m2 agosto 2018 / Presupuesto Interactivo [en línea]. Fecha de Publicación: 18 de Septiembre de 2018. <http://www.colegioarquitectos.org.ar/despachos2.asp?cod_des=61875&ID_Seccion=265>. [Fecha de Consulta: 25 de Octubre de 2018].



- Alquiler de Fábrica: el primer mes de alquiler se deben pagar dos meses en concepto de depósito y mes por adelantado, y además un 5% del alquiler por comisiones. El resto del año se paga por mes, y el alquiler aumenta anualmente según la inflación proyectada.
- Registro de Marca: AR\$ 1.700.
- Seguridad en fábrica: 796,20 AR\$ mensuales.
- Sueldos: corresponden a 2 empleados administrativos.
- Gastos Bancarios: Mantenimiento de cuenta \$820 (al 2018) + IVA= \$992,20. Para los años proyectados, se le adicionará a este costo el porcentaje de inflación anual correspondiente.¹³¹

Gastos Comerciales

- Diseño de página Web: AR\$ 5.500.
- Trámites INAL: AR\$ 3.550 corresponden a la Inscripción en el Registro Nacional de Productos Alimenticios (RNPA), AR\$ 6.500 son para la Inscripción en el Registro Nacional de Establecimientos (RNE), y otros AR\$ 3.550 son para la autorización de envases.¹³²
- Alquiler de Autoelevadoras: AR\$ 12.800 por un uso de 8 horas durante dos días, previos al embarque. Se pagará en los meses correspondientes a los embarques a realizar.
- Certificado de Origen: corresponden a los valores actuales de los mismos.¹³³
- Certificado Fitosanitario SENASA: AR\$ 16 por tonelada, para el análisis de toxinas.
- Certificado SENASA para Embalajes: estimado a partir de cotización despachante de aduana.
- Otras certificaciones: AR\$ 2.800 correspondientes al trámite para casos especiales de exportación (análisis de riesgo).
- Despachante de Aduana: 1% del valor FOB de la mercadería a exportar.
- Gastos Bancarios: se tuvieron en cuenta los gastos necesarios para la utilización, Courier y SWIFT de una Carta de Crédito; los cuales son: 75 USD, 75 USD y 40 USD respectivamente. éstos se contabilizaron en el mes del embarque, y 60 días después se añadió el gasto de un 0,200% como impuesto a las transferencias.¹³⁴

¹³¹ [Ver anexo: Gastos Administrativos]

¹³² Anmat. Listado de Aranceles Vigentes de Alimentos [pdf en línea]. <http://www.anmat.gov.ar/listados/Aranceles_Vigentes_Alimentos.pdf>. [Fecha de Consulta: 20 de Octubre de 2018].

¹³³ [Ver Anexo: Gastos comercialización - Certificado de Origen]

¹³⁴ Banco Patagonia. Comisiones y Cargos Comercio Exterior Pyme [pdf en línea]. <http://www.bancopatagonia.com/comisiones/docs/Tarifarios_comercio_exterior_-_Pymes_5460.pdf>. [Fecha de Consulta: 18 de Octubre de 2018].



- Costos DFI: representan el total de la cotización para el flete internacional más los gastos adicionales de terminal, por un valor de 681,03 USD, y AR \$12.000 por el flete de la fábrica hasta el puerto.
- Sueldos: corresponden a un empleado comercial.
- Viaje al Exterior: se realizará en diciembre de 2018 a la ciudad de Londres para reunirse con el importador y distribuidores. Tiene un valor total de AR\$ 55.092, que implica \$50.366 por el pase con British Airways y \$4726 por la estadía en el hotel Ibis London Airport.¹³⁵¹³⁶
- Envío de Muestras: cuestan AR \$5.115,87, utilizando el servicio de DHL para la exportación.¹³⁷

Sueldos

En todos los sueldos se tuvo en cuenta la información brindada por el Sindicato de Trabajadores de la Industria Alimenticia, aumentando éstos en Mayo y en Octubre de cada año por el porcentaje de inflación acumulada hasta esa misma fecha. Además, en Junio y Diciembre se paga el aguinaldo correspondiente.¹³⁸

IVA

Le empresa solo realiza ventas en el extranjero por lo que no recupera nada de IVA Crédito por este medio. En lo que respecta a IVA Crédito, se analizó tanto el 21% por la compra de Materia Prima

¹³⁵Despegar. Vuelos [en línea]. <<https://www.despegar.com.ar/shop/flights/results/roundtrip/bue/LON/2018-12-10/2018-12-14/1/0/0/NA/NA/NA/NA/NA/NA?from=SB&di=1-0>>. [Fecha de Consulta: 22 de Octubre de 2018]. **[Ver Anexo Gastos de Comercialización]**.

¹³⁶Trivago. Hoteles cerca del Aeropuerto de Londres, Heathrow [en línea]. <<https://www.trivago.com.ar/?aHotelTestClassifier=&iIncludeAll=0&aPartner=&aDateRange%5Barr%5D=2018-12-11&aDateRange%5Bdep%5D=2018-12-13&aPriceRange%5Bfrom%5D=0&aPriceRange%5Bto%5D=0&iPathId=38715&aGeoCode%5Blat%5D=51.468914&aGeoCode%5Blng%5D=-0.456684&iGeoDistanceItem=1300299&aSortingOrderBoosting%5B%5D=distance&aCategoryRange=0%2C1%2C2%2C3%2C4%2C5&aOverallLiking=1%2C2%2C3%2C4%2C5&sOrderBy=relevance%20desc&bTopDealsOnly=false&iRoomType=1&cpt=130029902%2C251100&iViewType=0&bIsSeoPage=false&bIsSitemap=false&>> [Fecha de Consulta: 22 de Octubre de 2018]. **[Ver Anexo Gastos de Comercialización]**.

¹³⁷DHL. Tasas de Exportación [pdf en línea]. Fecha de Publicación: 2018. n.17. <http://www.dhl.com.ar/content/dam/downloads/ar/express/es/shipping/rate_guide/dhl_express_rate_transit_guide_ar_es.pdf> [Fecha de Consulta: 16 de Octubre de 2018].

¹³⁸STIA. Escala Salarial Vigente Convenios 244/94 y otros [en línea]. Fecha de Publicación: 2017. <<http://www.stia.org.ar/2017/noticias-gremiales/item/605-escala-salarial-vigente-convenios-244-94-y-434-06>> [Fecha de Consulta: 10 de Septiembre de 2018].



como también el 10,5% por la compra de Maquinarias para la producción. Se solicita la Devolución del IVA de ambos conceptos cada 6 meses, siendo éste recuperado 6 meses más tarde.

Flujo de Fondos

En principio, se procedió a la confección del Estado de Resultados para luego obtener los distintos flujos de fondos para cada uno de los cinco años de vida del proyecto, alcanzando los siguientes resultados

Año	0	1	2	3	4	5
Flujo de Caja	-USD \$112.080,99	USD \$30.259,07	USD \$82.980,46	USD \$88.865,38	USD \$98.718,15	USD \$205.722,86

Desarrollando un análisis más profundo se puede observar que el flujo correspondiente al año uno es el más reducido, debido a que es el periodo de mayor impacto de los costos donde comienzan los intentos de recuperar la inversión. Luego se ve un aumento año a año, que se corresponde con el aumento de ventas y el nivel de producción que éstas implican; aprovechando en mayor proporción la capacidad productiva de las máquinas.

Punto de Equilibrio

En cuanto al punto de equilibrio, Pean-Pal deberá realizar ventas por US\$ 134.988,34 con la finalidad de equiparar los ingresos con los costos. Además, la empresa cuenta con un margen de seguridad del 25,54%, esto quiere decir que las ventas pueden caer en este porcentaje y aun así cubriríamos los costos.

Ventas	USD \$181.301,59
Costos Fijos + Variables	USD \$153.744,82
Margen de contribución	0,5950



Punto de Equilibrio	US\$134.988,34
---------------------	----------------

WACC

La obtención del Costo Promedio Ponderado del Capital resulta clave para la valuación de cualquier proyecto. Para el cálculo del mismo fue necesario en un principio comprender cuál sería el costo del capital y el costo de la deuda, como así también la relación Deuda sobre Equity en función al valor de la empresa. En este caso la Deuda corresponde a un 40% mientras que el Equity por su parte corresponde a un 60% dando una relación de 66,67%.

En función a los cálculos realizados se obtuvo un valor WACC de 12,01%

CAPM	
Rendimiento del mercado	11,37%
Risk Free	3,21%
Riesgo País	6,70%
Beta Apalancado	0,788333

WACC	
Impuesto	35,00%
Deuda	40,00%
Equity	60,00%
Ke	16,34%



Kd	8,50%
Relación D/E	66,67%

VAN, TIR y PAYBACK

Por medio del Flujo de Fondos se calculó un Valor Actual Neto de USD \$223.644,36, este resultado significa que el proyecto alcanzará los objetivos propuestos en cuanto a ventas y recupero de inversión dilucidando entonces la viabilidad del negocio.

Por otro lado se analizó otra variable, la Tasa Interna de Retorno para verificar nuevamente la viabilidad del proyecto y aumentar la información clave para poder tomar una decisión. La misma alcanzó un 41% que al contrastarse con la tasa WACC se puede concluir que es más elevada, demostrando una vez más las potencialidades de la actividad y la decisión final de aceptar el negocio.

Por último el Payback Actualizado permitió calcular un recupero de inversión en un plazo de 2 años y 7 meses.

Análisis de Sensibilidad

Para estudiar la rentabilidad del negocio, y la posibilidad de fracaso ante cambios en el entorno es que se realizó un análisis de sensibilidad respecto al volumen de ventas. El proyecto está basado en la premisa de que las ventas aumentarán al nivel de crecimiento del mercado (5,8%), pero sin embargo seguirá siendo rentable incluso sin esta premisa.

Si el aumento en las ventas fuera de un 2% anual en lugar del estipulado anteriormente, la TIR continuaría siendo positiva pero en esta ocasión en un 36,04% en lugar del 41%.

También se analizó una situación más drástica y es que las ventas anuales no aumentaran en los 5 años y de esta manera obtendríamos una tasa interna de retorno del 33,44%.

Es decir, con este estudio se puede concluir que el proyecto tiene una gran posibilidad de éxito ya que el margen de rentabilidad existente entre los costos y el precio de venta CIF permiten esta situación en donde seguiríamos siendo competitivos en el mercado, aún con un nivel de ventas menor.



CONCLUSIÓN

Dentro del mercado de Reino Unido, se identificó un crecimiento del consumo de pasta de maní con proyecciones del 5,8% para los próximos cinco años, lo cual implica un aumento de tendencias hacia el interés por este tipo de productos y una oportunidad única para adentrarse en el negocio. Gracias al estudio de mercados realizado y por medio de un complejo cálculo de cuantificación de demanda, se pudo identificar un nicho insatisfecho y sumamente atractivo consistente en una gran cantidad de turistas tanto nacionales como estadounidenses, entre otros. Éstos deciden hospedarse en distintos hoteles de tres, cuatro y cinco estrellas en las tres principales ciudades de la región, Londres, Manchester y Liverpool y pretenden incluir en sus desayunos mantequilla de maní. Esta situación ofreció la posibilidad de enfocarse en un canal HORECA desarrollando un B2B, dejando de lado las negociaciones tradicionales y tornando la misma en un desafío.

Por medio de un profundo análisis se lograron dilucidar diferentes aspectos a considerar tanto internos de la empresa como externos, haciendo referencia al mercado del producto y al país de actuación. En un principio un análisis macroeconómico permitió comprender los diferentes elementos del PESTAL, considerando principalmente un índice de corrupción de 82 puntos, un riesgo país de 107, una estabilidad política equilibrada, sumada a indicadores económicos favorables, indicadores de desarrollo social positivos y puertos en perfectas condiciones para aumentar nuestra eficiencia en las operaciones.

Por otro lado, un análisis del microentorno nos permitió analizar nuestro poder de negociación frente a los distintos proveedores y el importador, con quien a diferencia de la situación con los primeros, este último presenta un desafío al ser pocos quienes están especializados en importar nuestro producto. Además, se llevó a cabo un exhaustivo estudio de tanto nuestros competidores actuales como de los potenciales, concluyendo y afirmando nuestra competitiva posición.

Aplicando una estrategia de liderazgo en costos, se ingresará al mercado inglés con una oferta con ciertas adaptaciones y sobre todo con una excelente relación calidad-precio volviendo al producto atractivo para que finalmente sea adquirido por los distintos hoteles a los que se dirige la propuesta.

Por otro lado, si bien nuestra empresa es nueva en el mercado, el desarrollo de una estrategia de exportación directa nos permitirá ganar una mayor participación a lo largo de la operatoria adquiriendo experiencia y atendiendo de una manera más eficiente cualquier posible contingencia.



Resulta ser un aspecto clave la correcta aplicación conjunta de ambas estrategias mencionadas anteriormente y el marketing mix del negocio. En función al estudio de mercado realizado consideramos que el producto cumple con las cualidades esperadas por los consumidores reflejando al mismo tiempo una marca que denota compromiso por ayudar al cliente a satisfacer su necesidad de consumir pasta de maní de calidad y en las proporciones adecuadas, en sus desayunos mediante el diseño de dos presentaciones adaptadas al público objetivo.

En conjunto con una estrategia de comunicación Push se establecerán vínculos con los intermediarios del canal, trabajando correctamente con los mismos y aumentando su interés por nuestro negocio alcanzaremos los mejores resultados, donde en un futuro se podrán desarrollar nuevos canales de comercialización. Dichas estrategias se verán complementadas por un precio que denota una excelente relación calidad-precio, el cual si bien varía según la presentación del producto, se mantuvo el mismo objetivo consistente en penetrar el mercado siendo competitivos para ambas alternativas.

Un análisis financiero del proyecto permitió comprender que las grandes inversiones van dirigidas hacia la compra de los activos para el desarrollo de la producción, además de comprobar fehacientemente los resultados proyectados de la actividad a desarrollar a lo largo de cinco años. Como conclusión se obtuvo un WACC del 12,01% y una TIR superior del 41% lo cual denota la viabilidad del proyecto. Además se obtuvo un PayBack de 2 años y 7 meses, lo cual resulta ser un plazo de recupero de inversión razonable para una actividad de esta índole.

Dadas las características del mercado en el cual se busca incursionar, las capacidades de nuestra empresa y el análisis financiero presentado; consideramos que si bien existen considerables sumas de dinero a desembolsar principalmente en maquinarias y ciertos riesgos al ser nuestras primeras actuaciones en comercio internacional, el negocio de mantequilla de maní hacia el sector hotelero en Reino Unido presenta una oportunidad única. Las condiciones están dadas para que se produzcan las utilidades esperadas lo cual finaliza en la decisión de aceptar el proyecto.



BIBLIOGRAFÍA

- Statista. PeanutButter UK [en línea]. Fecha de Publicación: Agosto de 2018. [Fecha de Consulta: 15 de Agosto de 2018]. <<https://www.statista.com/outlook/40090400/156/peanut-butter/united-kingdom>>.
- Statista. PeanutButter UK [en línea]. Fecha de Publicación: Agosto de 2018. <<https://www.statista.com/outlook/40090400/156/peanut-butter/united-kingdom>> [Fecha de Consulta: 15 de Agosto de 2018].
- Euromonitor International. Top 100 City Destinations Ranking [en línea]. Fecha de Publicación: 2018. <http://go.euromonitor.com/rs/805-KOK-719/images/Euromonitor%20International_WTM%20London%202017_Top%20100%20City%20Destinations.pdf>. [Fecha de Consulta: 20 de Septiembre de 2018].
- EcuRed. Reino Unido, Gobierno y Política [en línea]. Fecha de Publicación: 2018. <https://www.ecured.cu/Reino_Unido#Gobierno_y_pol.C3.ADtica>. [Fecha de Consulta: 26 de Agosto de 2018].
- Transparency International. UnitedKingdom [en línea] Fecha de publicación: 2018. <<https://www.transparency.org/country/GBR>> [Fecha de Consulta: 26 de Agosto de 2018].
- Datos Macro. Prima de riesgo de los países [en línea]. Fecha de Publicación: 2018. <<https://datosmacro.expansion.com/prima-riesgo>>. [Fecha de Consulta: 26 de Agosto de 2018]
- The Global Economy. Reino Unido: Estabilidad política [en línea]. Fecha de Publicación: 2018. <https://es.theglobaleconomy.com/United-Kingdom/wb_political_stability/> [Fecha de Consulta: 26 de Agosto de 2018]
- Datos Macro. Deuda pública de Reino Unido. [en línea]. Fecha de Publicación: 2018. <<https://datosmacro.expansion.com/deuda/uk?anio=2017>> [Fecha de Consulta: 26 de Agosto de 2018].
- Santander Río. Trade Portal. Reino Unido: Política y Economía. [en línea]. Fecha de Publicación: 2018. <<https://es.portal.santandertrade.com/analizar-mercados/reino-unido/politica-y-economia>> [Fecha de Consulta: 26 de Agosto de 2018].
- Datos macro. Reino Unido: Economía y Demografía [en línea]. Fecha de Publicación: 2018. <<https://datosmacro.expansion.com/paises/uk>> [Fecha de Consulta: 30 de Agosto de 2018]
- Banco Mundial. Coeficiente de Gini en el Reino Unido [en línea]. Fecha de publicación 2018. <<https://data.worldbank.org/indicator/SI.POV.GINI?locations=GB>>. [Fecha de Consulta: 11 de Septiembre de 2018].
- Investing. Reino Unido - Índice de Precios de Consumo (IPC) [en línea]. Fecha de Publicación: 15 de Agosto de 2018. <<https://es.investing.com/economic-calendar/cpi-67>> [Fecha de Consulta: 30 de Agosto de 2018].
- Datos Macro. Reino Unido - Salario Medio. [en línea] Fecha de Publicación: 2018. <<https://datosmacro.expansion.com/mercado-laboral/salario-medio/uk>> [Fecha de Consulta: 11 de Septiembre de 2018]
- Cerodosbe. El Brexit dilata el turismo en el Reino Unido [en línea]. Fecha de Publicación: 19 de Noviembre de 2017. <https://www.cerodosbe.com/es/viajeros/el-turismo-del-reino-unido-gano-con-el-brexite-520994_102.html>. [Fecha de Consulta: 20 de Septiembre de 2018].
- Travellodge. British holidaymakers are shunning Europe to holiday at home this summer – giving the UK economy a boost of £31 Billion [en línea]. Fecha de publicación 4 de Mayo de 2018. <<https://www.travelodge.co.uk/press-centre/press-releases/We-are-Staycation-nation>> [Fecha de Consulta: 11 de Septiembre de 2018]



- Banco Mundial. Población total, Reino Unido [en línea]. Fecha de Publicación: 2018. <https://datos.bancomundial.org/indicador/SP.POP.TOTL?locations=GB&year_high_desc=false>. [Fecha de Consulta: 27 de Agosto de 2018].
- Inglaterra.Net. Población de Inglaterra. [en línea]. <http://www.inglaterra.net/poblacion-de-inglaterra/#Distribucion_de_la_Poblacion_en_Inglaterra_y_el_Reino_Unido>. [Fecha de consulta: 10 de Octubre de 2018].
- PublicHolidays Global. UnitedKingdomSchoolHolidays [en línea]. Fecha de Publicación: 2018. <<https://publicholidays.co.uk/school-holidays/>> [Fecha de Consulta: 7 de Septiembre de 2018].
- Cambridgeshire County Council. School term dates 2018/2019 [en línea]. Fecha de Publicación: 2018. <<https://www.cambridgeshire.gov.uk/residents/children-and-families/schools-&-learning/school-term-dates-&-closures/school-term-dates-2018/2019/>> [Fecha de Consulta: 7 de Septiembre de 2018].
- Travelodge. We are the Staycation Nation! [en línea]. Fecha de Publicación: 4 de Mayo de 2018. <<https://www.travelodge.co.uk/press-centre/press-releases/We-are-Staycation-nation>> [Fecha de Consulta: 11 de Septiembre de 2018].
- Brand Finance. Monarchy 2017.The annual report on the value of the British Monarchy.[en línea] Fecha de publicación: Noviembre de 2017. <http://brandfinance.com/images/upload/bf_monarchy_report_2017.pdf> [Fecha de consulta: 20 de Octubre de 2018]
- Statista.Premier League Statistics & Facts.Fecha de publicación: 2018. <<https://www.statista.com/statistics/268576/clubs-of-the-english-premier-league-by-average-attendance/>> [Fecha de consulta: 27 de Octubre de 2018]
- The Guardian. Number of overseas fans at Premier League games rises to 800,000. [en línea]. Fecha de publicación: 10 de septiembre de 2015. <<https://www.theguardian.com/football/2015/sep/10/overseas-fans-premier-league-games-high-800000>> [Fecha de consulta: 28 de octubre de 2018].
- Ship Technology.London Gateway Port Terminal.[enlínea] Fecha de publicación: 2017 <<https://www.ship-technology.com/projects/london-gateway-port-terminal/>> [Fecha de consulta: 29 de Octubre de 2018]
- Elpais.com. Todos a una en Reino Unido para lograr el consumo responsable. [en línea]. Fecha de publicación: 4 de enero de 2014. <https://elpais.com/sociedad/2014/01/04/actualidad/1388856969_761394.html> [Fecha de consulta: 20 de octubre de 2018].
- Recycle for London. Love food hate waste. [en línea]. <<https://www.recycleforlondon.com/london-food-waste-facts>>. [Fecha de consulta: 20 de octubre de 2018].
- The Telegraph. No time for leftovers: The astonishing scale of food waste in the UK and around the world. [en línea] Fecha de publicación: 2 de Enero de 2018. <<https://www.telegraph.co.uk/news/2018/01/02/no-time-leftovers-astonishing-scale-food-waste-uk-around-world/>> [Fecha de consulta” 20 de Octubre de 2018].
- Gov.uk. Food Labelling: Giving Food Information to Consumers [en línea]. Fecha de modificación: 29 de Noviembre de 2017. <<https://www.gov.uk/guidance/food-labelling-giving-food-information-to-consumers#list-the-ingredients>> . [Fecha de Consulta: 11 de Septiembre de 2018].
- Unión Europea. Seguridad alimentaria en la UE [pdf]. Fecha de Publicación: Noviembre de 2014. n. 8 <https://europa.eu/european-union/topics/food-safety_es> [Fecha de Consulta: 11 de Septiembre de 2018]
- Comisión Europea, Directorate-general For Health And Food Safety. Notice to Stakeholders withdrawal of the United Kingdom and EU Food Law. [en línea]. Bruselas, 1 de Febrero de 2018 .<https://ec.europa.eu/food/sites/food/files/notice_brexit_eu_food_law.pdf> [Consulta: 11 de Septiembre de 2018].
- Unión Europea. Eu RequirementsForAdditionalDeclarationsOnPhytosanitaryCertificates [en línea] Fecha de Publicación: Año 2000. <https://ec.europa.eu/food/sites/food/files/plant/docs/ph_biosec_trade-non-eu_decl_phyto_certificates.pdf> [Fecha de Consulta: 11 de Septiembre de 2018].
- FAO. Codex Standard 200-1995. [en línea] Fecha de Publicación: Año 1995. <http://www.fao.org/fao-who-codexalimentarius/sh-proxy/es/?lnk=1&url=https%253A%252F%252Fworkspace.fao.org%252Fsites%252Fcodex%252Fstandards%252FCODEX%2B200-1995%252FCXS_200s.pdf> [Fecha de Consulta: 11 de Septiembre de 2018].



Natural Products Insider. Healthy Living. Nut Butter, Sweet Spread Sector to Hit \$6.5 Billion by 2018 [en línea]. Fecha de Publicación: 03 de Abril de 2014. <<https://www.naturalproductsinsider.com/healthy-living/nut-butter-sweet-spread-sector-hit-65-billion-2018>> [Fecha de Consulta: 20 de Agosto de 2018].

BBC News. Peanut Butter Sales Up as Marmalade Falls from Favour [en línea]. Fecha de Publicación: 27 de Marzo de 2013. <<https://www.bbc.co.uk/news/uk-21953090>> [Fecha de Consulta: 30 de Agosto de 2018].

PerfectStaySupplies. Sun- Pat PeanutButterPortions [en línea] <<https://www.perfectstaysupplies.co.uk/product/peanut-butter-portions/>> [Fecha de Consulta: 19 de Agosto de 2018].

Big Hospitality. Meridian unveils new peanut butters for foodservice [en línea]. Fecha de Publicación: 14 de Febrero de 2014. <<https://www.bighospitality.co.uk/Article/2014/02/14/Meridian-Foods-smooth-crunchy-peanut-butter-for-foodservice>> [Fecha de Consulta: 19 de Agosto de 2018].

Meridian. Announcing meridian's single serve peanut butter [en línea]. Fecha de Publicación: 2013. <<http://www.meridianfoods.co.uk/Blogs/Blogs/Nutty-News/Announcing-Meridian-s-Single-Serve-Peanut-Butter>> [Fecha de Consulta: 19 de Agosto de 2018].

Meridian. Crunchy Peanut Butter 100% 26g. [en línea]. <<https://shop.meridianfoods.co.uk/collections/peanut-butters/products/crunchy-peanut-butter-100-26g?variant=8460405699>>. [Fecha de consulta: 19 de agosto de 2018]

Etiqueta Smucker's, especificaciones del producto. [en línea] <<https://www.smuckerawayfromhome.com/foodservice/Products/DownloadProductSpecs/23911>> [Fecha de Consulta: 19 de Agosto de 2018].

The Independent. The American Products set to become 25% more expensive from today [en línea]. Fecha de Publicación: 22 de Junio de 2018. <<https://www.independent.co.uk/news/world/europe/us-eu-trade-war-tariffs-goods-trump-steel-aluminium-american-products-european-union-a8411331.html>> [Fecha de Consulta: 23 de Octubre de 2018].

Maní OPQ. Maní repelado tostado sin sal [en línea]. <<http://www.maniopq.com.ar/productos/>> [Fecha de Consulta: 24 de Agosto de 2018].

Manisel. Maní Pelado y Tostado sin sal [en línea]. <<http://www.manisel.com.ar/>>. [Fecha de Consulta: 11 de Septiembre de 2018].

Osmaní. Maní pelado y tostado [en línea]. <<http://osmani.com.ar/productos>>. [Fecha de Consulta: 4 de Septiembre de 2018].

CGA Maná. Azúcares [en línea]. <<http://cgamana.com.ar/productos.php?cat=15>>. [Fecha de Consulta: 10 de Octubre de 2018].

CGA Maná. Sal [en línea]. <<http://cgamana.com.ar/productos.php?cat=16>>. [Fecha de Consulta: 10 de Octubre de 2018].

Envases del Plata. Foil de Aluminio [en línea]. <<http://www.envasesdelplata.com/productos/conversion-de-foil-de-aluminio/>>.

Tecnolam SRL. Laminados en PET [en línea]. <http://www.tecnolamsrl.com.ar/productos_laminados_en_pet.html>. [Fecha de Consulta: 8 de Octubre de 2018].

Gráfica El Tata. Papelería Comercial [en línea]. <<http://www.graficaeltata.com.ar/productos.html>> [Fecha de Consulta: 17 de Octubre de 2018].

TyT. Artículo 596 Mini Dulce x 28 cc [en línea]. <http://www.tytdecoysouvenirs.com/index.php?route=product/product&path=45&product_id=1457>. [Fecha de Consulta: 10 de Octubre de 2018].



The Guardian. The legume boom: how we went nuts for posh peanut butter [en línea]. Fecha de Publicación: 28 de Febrero de 2018. <<https://www.theguardian.com/lifeandstyle/2018/feb/28/the-legume-boom-how-we-went-nuts-for-posh-peanut-butter>> [Fecha de Consulta: 20 de Agosto de 2018].

The Telegraph News. Peanut butter set to overtake jam as popular breakfast spread [en línea]. Fecha de Publicación: 15 de Enero de 2018. <<https://www.telegraph.co.uk/news/2018/01/15/peanut-butter-set-overtake-jam-popular-breakfast-spread/>> [Fecha de Consulta: 20 de Agosto de 2018].

Mintel. Peanut Butter a rising star in the sweet spreads market [en línea]. Fecha de Publicación: 27 de Marzo de 2013. <<http://www.mintel.com/press-centre/food-and-drink/peanut-butter-a-rising-star-in-the-sweet-spreads-market>> [Fecha de Consulta: 20 de Agosto de 2018].

Historic UK. Traditional English Breakfast. Fecha de publicación: 2017 <<https://www.historic-uk.com/CultureUK/Traditional-English-Breakfast/>> [Fecha de consulta: 27 de Octubre de 2018]

The Nibble.Great Food Finds.English MuffinHistory. Fecha de publicación: Septiembre 2010. <<http://www.thenibble.com/reviews/main/breadstuffs/english-muffin-history.asp>> [Fecha de consulta: 27 de Octubre de 2018]

Visit Britain. 2018 inbound tourism forecast [en línea]. Fecha de Publicación: 2018. <<https://www.visitbritain.org/forecast>> [Fecha de Consulta: 31 de Agosto de 2018].

London&Partners. International visits to London grow for 8th consecutive year [en línea]. Fecha de Publicación: 20 de Julio de 2018. <<http://www.londonandpartners.com/media-centre/press-releases/2018/20180720-international-visits-to-london-grow-for-8th-consecutive-year>> [Fecha de Consulta: 23 de Agosto de 2018].

Visit Britain. The GB Tourism 2017 Annual Report [pdf en línea]. Fecha de Publicación: Agosto de 2018. n.64 <https://www.visitbritain.org/sites/default/files/vb-corporate/Documents-Library/documents/England-documents/40413193-260c_gb_tourist_2017_annual_report_v16.pdf> [Fecha de Consulta: 14 de septiembre de 2018].

Travelodge. We are the Staycation Nation! [en línea]. Fecha de Publicación: 4 de Mayo de 2018. <<https://www.travelodge.co.uk/press-centre/press-releases/We-are-Staycation-nation>>. [Fecha de Consulta: 11 de Septiembre de 2018].

Liverpool. Tourism Data SummaryAugust 2018 [pdf en línea]. Fecha de Publicación: Agosto de 2018. <<https://www.liverpoollep.org/wp-content/uploads/2018/08/Tourism-Data-Summary-August-2018.pdf>>. [Fecha de Consulta: 15 de Septiembre de 2018].

Liverpool. Tourism Data SummaryAugust 2018 [pdf en línea]. Fecha de Publicación: Agosto de 2018. <<https://www.liverpoollep.org/wp-content/uploads/2018/08/Tourism-Data-Summary-August-2018.pdf>>. [Fecha de Consulta: 15 de Septiembre de 2018].

Manchester City Council. Report on Manchester's Visitor Economy to Economy Scrutiny Committee on 12 October 2016 [pdf]. Fecha de Publicación: 12 de Octubre de 2016. n. 6. <https://www.manchester.gov.uk/download/meetings/id/21584/6_manchesters_visitor_economy>. [Fecha de Consulta: 15 de Septiembre de 2018].

Manchester City Council. Report on Manchester's Visitor Economy to Economy Scrutiny on 8 November 2017 [pdf]. Fecha de Publicación: 8 de Noviembre de 2017. n. 3-4. <https://www.manchester.gov.uk/download/meetings/id/23835/7_manchesters_visitor_economy> [Fecha de Consulta: 13 de Septiembre de 2018].

Hospitality Net. STR: Preliminary June Data for London Hotels [en línea]. Fecha de Publicación: 10 de Julio de 2018.<<https://www.hospitalitynet.org/performance/4089214.html>>. [Fecha de Consulta: 28 de Agosto de 2018].

Statista. Annual hotel occupancyrate in London (UK) from 2008 to 2018 [en línea]. Fecha de Publicación: Septiembre 2017. <<https://www.statista.com/statistics/323719/annual-hotel-occupancy-rate-in-london-uk/>> [Fecha de Consulta: 28 de Agosto de 2018].

PriceWaterhouseCoopers. UK hotels forecast 2018 As good as it gets?.London [en línea]. Fecha de Publicación: Septiembre 2017. <<https://www.pwc.co.uk/hospitality-leisure/documents/pwc-uk-hotels-forecast-2018-as-good-as-it-gets.pdf>> [Fecha de Consulta: 28 de Agosto de 2018].



- BDO. Hotel Britain 2017 [en línea]. Fecha de Publicación: Abril 2017 <<https://www.bdo.co.uk/getmedia/cddbb4e7-199f-4b65-8911-ff0f3ff0bbfc/Hotel-Britain-2017.pdf.aspx>>. [Fecha de Consulta: 5 de Septiembre de 2018].
- London and Partners.Uncovering hotel opportunities.[en línea] Fecha de publicación: Mayo de 2016 <http://files.londonandpartners.com/l-and-p/assets/hotel_development_monitor_may_2016.pdf> [Fecha de Consulta: 5 de Septiembre de 2018].
- PWC. As good as it gets? UK hotelsforecast 2018. [en línea] Fecha de publicación: Septiembre 2017. <<https://www.pwc.co.uk/hospitality-leisure/documents/pwc-uk-hotels-forecast-2018-as-good-as-it-gets.pdf>> [Fecha de Consulta: 5 de Septiembre de 2018].
- Marketing Manchester. Tourism - Its value to the local economy. [en línea]. Fecha de publicación: Julio 2016. <<https://cityco.com/cms/wp-content/uploads/2017/02/Visit-Manchester-1-Stop-Intelligence-Factsheet.pdf>> [Fecha de Consulta: 8 de Septiembre de 2018].
- CityCo. Hotel Performance Monitor. [en línea] Fecha de publicación: Julio de 2017. <<https://cityco.com/cms/wp-content/uploads/2017/07/Hotel-Performance-Monitor-July-2017.pdf>> [Fecha de Consulta: 8 de Septiembre de 2018].
- NorthWest Research.Tourism data summary.[en línea]. Fecha de publicación: Agosto de 2017. <<https://www.liverpoollep.org/wp-content/uploads/2017/09/Tourism-Data-Summary-August-2017.pdf>> [Fecha de Consulta: 8 de Septiembre de 2018].
- Statista. Number of hotel rooms in London as of 2015, by star rating [en línea]. Fecha de Publicación: 2018. <<https://www.statista.com/statistics/630167/hotel-rooms-london-by-star-rating-united-kingdom/>> [Fecha de consulta: 30 de Agosto de 2018].
- Santander Río Trade Portal. Reino Unido: Práctica de Negocio [en línea]. Fecha de Publicación: Julio 2018 . Disponible en:<https://es.portal.santandertrade.com/establecerse-extranjero/reino-unido/practica-de-negocio>. [Fecha de consulta: 10 de Septiembre de 2018]
- ProColombia Portal. Diez datos sobre la cultura de negocios en el Reino Unido [en línea]. Fecha de Publicación: Noviembre 2016.<<http://www.procolombia.co/actualidad-internacional/diez-datos-sobre-la-cultura-de-negocios-en-reino-unido>> [Fecha de consulta: 10 de Septiembre de 2018].
- Business Culture.Business meetings in the UK.[en línea]. Fecha de publicación: 2018<<https://businessculture.org/northern-europe/uk-business-culture/meeting-etiquette/>> [Fecha de consulta: 29 de Octubre de 2018]
- El estímulo. 7 Alimentos sin fecha de vencimiento [en línea]. Fecha de Publicación: 25 de Abril de 2016. <<http://elestimulo.com/bienmesabe/7-alimentos-sin-fecha-de-vencimiento/>>. [Fecha de Consulta: 20 de Agosto de 2018]
- Gov.uk. Food Labelling: Giving Food Information to Consumers [en línea]. Fecha de modificación: 29 de Noviembre de 2017. <<https://www.gov.uk/guidance/food-labelling-giving-food-information-to-consumers#list-the-ingredients>> [Fecha de Consulta: 11 de Septiembre de 2018].
- Food Standards Agency. Allergen Labelling [en línea].Fecha de Publicación: 14 de Diciembre de 2017. <<https://www.food.gov.uk/business-guidance/allergen-labelling>> [Fecha de Consulta: 11 de Septiembre de 2018].
- RubenMañez. Qué es la Matriz BCG y para qué sirve [Ejemplos]. [en línea] <<https://rubenmanez.com/matriz-bcg/>> [Fecha de Consulta: 11 de Septiembre de 2018].
- Empire Bespoke Foods.About [en línea].<<http://www.empirebespokefoods.com/about/>>. [Fecha de Consulta: 15 de Octubre de 2018].
- Brake.co.uk. AboutUs [en línea] <<https://www.brake.co.uk/about-us/our-brands/brakes-brand/>>. [Fecha de Consulta: 30 de Septiembre de 2018].



Alibaba. Natural peanutbuttermixerfoodlabelmaking machine [en línea].<https://www.alibaba.com/product-detail/Natural-peanut-butter-mixer-food-label_60703418694.html?spm=a2700.8443308.0.0.5bb43e5fKiSap1> [Fecha de Consulta: 10 de Septiembre de 2018].

Alibaba.thermoforming filling sealing machine [en línea].<https://www.alibaba.com/product-detail/thermoforming-filling-sealing-machine_60546391625.html?spm=a2700.8443308.0.0.5bb43e5fKiSap1> [Fecha de Consulta: 11 de Septiembre de 2018].

CADEC. CADEC Automatización [en línea].<<https://www.cadec.com.ar/empresa>> [Fecha de Consulta: 9 de Octubre de 2018].

CADEC. Envasadora Semiautomática LS1001 [en línea].<<https://www.cadec.com.ar/ls-1001>>. [Fecha de Consulta: 9 de Octubre de 2018].

CADEC. Roscadora Semiautomática RLS 1800. <<https://www.cadec.com.ar/rls-1800>>. [Fecha de Consulta: 9 de Octubre de 2018].

Fisher. Pasteurizador PF110. <<http://www.frisher.com.ar/es/producto/9/pasteurizador.html>> [Fecha de Consulta: 26 de Octubre de 2018]

C.H. Robinson. Quienes Somos. <<https://www.chrobinson.com/es-ar/about-us/>>. [Fecha de Consulta: 12 de Septiembre de 2018].

Infoleg. Ley 24.653 Transporte Automotor de Carga. <<http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/35000-39999/37871/norma.htm>> [Fecha de Consulta: 25 de Octubre de 2018].

Argenprop. Galpón en Alquiler en Morón. <<https://www.argenprop.com/Propiedades/Detalles/8505933--Galpon-en-Alquiler-en-Pdo.-de-Moron>>. [Fecha de Consulta: 27 de Agosto de 2018].

Argentinagob. Crear una sociedad por acciones simplificada [en línea]. Fecha de Publicacion: Septiembre 2018 <<https://www.argentina.gob.ar/crear-una-sociedad-por-acciones-simplificada-sas>> [Fecha de consulta: 12 de Septiembre de 2018].

CICE. Central de Información [en línea]. <<http://cice.vuce.gob.ar/busqueda/posicion/exportacion/2008.11.00.210F>> [Fecha de Consulta: 20 de Agosto de 2018].

Alfonsina Comercio Exterior. Aranceles. <http://www.alfonsinace.com/index.php?option=com_wrapper&view=wrapper&Itemid=59&lang=es> [Fecha de Consulta: 10 de Septiembre de 2018].

TradeTariff.Peanut Butter Commodity information for 2008111000 [en línea].Fecha de Publicación: Octubre de 2018. <<https://www.trade-tariff.service.gov.uk/trade-tariff/commodities/2008111000?country=AR&day=21&month=10&year=2018#import>>. [Fecha de Consulta: 22 de Octubre de 2018].

Senasa. Resolución 436/2002 Servicio Nacional de Sanidad y Calidad Agroalimentaria [en línea]. Fecha de Publicación: 2002.<<http://www.senasa.gob.ar/normativas/resolucion-436-2002-senasa-servicio-nacional-de-sanidad-y-calidad-agroalimentaria>> [Fecha de Consulta: 24 de Octubre de 2018].

Office of the Revenue Commissioners. VAT on food and drink. [en línea] Fecha de publicación: Septiembre de 2018. n.3



<<https://www.revenue.ie/en/tax-professionals/tdm/value-added-tax/part03-taxable-transactions-goods-ica-services/Goods/goods-food-and-drink.pdf>> [Fecha de Consulta:

12 de Septiembre de 2018].

Gov.UK. Commodity information for 2008111000.[en línea] Fecha de publicación: 12 de Septiembre de 2018.

<<https://www.trade-tariff.service.gov.uk/trade-tariff/commodities/2008111000?country=AR&day=24&month=10&year=2018#import>> [Fecha de Consulta:

12 de Septiembre de 2018].

Gov.UK. Commodity information for 2008111000.[en línea] Fecha de publicación: 12 de Septiembre de 2018.

<<https://www.trade-tariff.service.gov.uk/trade-tariff/commodities/2008111000?country=AR&day=24&month=10&year=2018#import>> [Fecha de Consulta:

12 de Septiembre de 2018].

Official Journal of the European Union.COMMISSION REGULATION (EC) No 669/2009 [pdf en línea].Fecha de

Publicación: 25 de Julio de 2009. n 2 (Article 3), 3 (Article 6). <<https://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2009:194:0011:0021:EN:PDF>> [Fecha de Consulta:

2 de Octubre de 2018].

Diario Oficial de la Unión Europea. Reglamento de Ejecución 2016/2106 de la Comisión [pdf en línea]. Fecha de

Publicación: 2 de Diciembre de 2016. n. 1 (3), 2 (2). <<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/PDF/?uri=CELEX:32016R2106&qid=1540611518734&from=EN>>. [Fecha de

Consulta: 20 de Octubre de 2018].

Diario Oficial de la Unión Europea. Reglamento de Ejecución 2016/24 de la Comisión [pdf en línea]. Fecha de

Publicación: 13 de Enero de 2016. n. 2. <<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/PDF/?uri=CELEX:32016R0024&from=ES>>. [Fecha de Consulta:

20 de Octubre de 2018].

Diario Oficial. Reglamento 882/2004 del Parlamento Europeo y del Consejo [pdf en línea]. Fecha de Publicación: 1 de

Enero de 2007. n.12. <<https://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CONSLEG:2004R0882:20070101:ES:PDF>>. [Fecha de

Consulta: 20 de Octubre de 2018].

Gov.UK. Food labelling and packaging.[en línea]<<https://www.gov.uk/food-labelling-and-packaging>> [Fecha de

Consulta: 12 de Septiembre de 2018].

Statutory Instruments.The Food Information Regulations 2014.[en línea]. Fecha de Publicación: 2014.

<http://www.legislation.gov.uk/uksi/2014/1855/pdfs/uksi_20141855_en.pdf> [Fecha de Consulta:

12 de Septiembre de 2018]

AFIP.Consultas y Respuestas Frecuentes sobre Normativa, Aplicativos y Sistemas. [en línea]. Fecha de publicación:

2006.

<https://www.afip.gob.ar/genericos/guiavirtual/directorio_subcategoria_nivel3.aspx?id_nivel1=556id_nivel2=892&id_nivel3=1910> [Fecha de consulta:

20 de Octubre de 2018]

DHL. Guía de servicios y tarifas 2018. [en línea]. Fecha de publicación:

2018.<http://www.dhl.com.ar/content/dam/downloads/ar/express/es/shipping/rate_guide/dhl_express_rate_transit_guide_ar_es.pdf>

[Fecha de consulta: 29 de Octubre de 2018]

GOV.UK. Notice 367. [en línea]. Fecha de publicación: 2018. <<https://www.gov.uk/government/publications/notice-367-importing-commercial-samples-of-negligible-value-free-of-duty-and-vat/notice-367-importing-commercial->



[samples-of-negligible-value-free-of-duty-and-vat#relief-conditions](#)> [Fecha de consulta: 29 de Octubre de 2018]

BICE. Primer crédito Pyme. <<https://www.bice.com.ar/productos/primer-credito-pyme/>>. [Fecha de Consulta: 5 de Octubre].

El Cronista. Dolar, inflación y crecimiento. Las proyecciones del mercado para 2019. [en línea]. Fecha de publicación: 19 de Septiembre de 2018. <<https://www.cronista.com/economiapolitica/Dolar-inflacion-y-crecimiento-las-proyecciones-del-mercado-para-2019-20180918-0043.html>>. [Fecha de consulta: 10 de Octubre de 2018]

Perfil. El presupuesto presentado por el gobierno prevé una caída de la economía para 2019 [en línea]. Fecha de publicación: 17 de Septiembre de 2018. <<https://www.perfil.com/noticias/economia/el-presupuesto-presentado-por-el-gobierno-preve-una-caida-de-la-economia-para-2019.phtml>>. [Fecha de consulta: 10 de Octubre de 2018]

Precio Hoy. PREVISIÓN DOLAR PESO ARGENTINO 2018, 2019, 2020, 2021, 2022 [en línea]. Fecha de publicación: 17 de Septiembre de 2018. <<https://preciohoy.com/prevision-dolar-peso-argentino>>. [Fecha de consulta: 10 de Octubre de 2018]

Rofex. Rofex real time. [en línea]. Fecha de publicación: 2018. <<https://roflex.primary.ventures/home#roflex/futuros>>. [Fecha de consulta: 10 de Octubre de 2018]

Colegio de Arquitectura. Costo del m2 agosto 2018 / Presupuesto Interactivo [en línea]. Fecha de Publicación: 18 de Septiembre de 2018. <http://www.colegioarquitectos.org.ar/despachos2.asp?cod_des=61875&ID_Seccion=265>. [Fecha de Consulta: 25 de Octubre de 2018].

Anmat. Listado de Aranceles Vigentes de Alimentos [pdf en línea]. <http://www.anmat.gov.ar/listados/Aranceles_Vigentes_Alimentos.pdf>. [Fecha de Consulta: 20 de Octubre de 2018].

Registro FDA. Tarifas por Servicios [en línea]. <<http://www.fdaregistro.com/tarifas.html>>. [Fecha de Consulta: 25 de Octubre de 2018].

Banco Patagonia. Comisiones y Cargos Comercio Exterior Pyme [pdf en línea]. <http://www.bancopatagonia.com/comisiones/docs/Tarifarios_comercio_exterior_-_Pymes_5460.pdf>. [Fecha de Consulta: 18 de Octubre de 2018].

Despegar. Vuelos [en línea]. <<https://www.despegar.com.ar/shop/flights/results/roundtrip/bue/LON/2018-12-10/2018-12-14/1/0/0/NA/NA/NA/NA/NA?from=SB&di=1-0>>. [Fecha de Consulta: 22 de Octubre de 2018].

Trivago. Hoteles cerca del Aeropuerto de Londres, Heathrow [en línea]. <<https://www.trivago.com.ar/?aHotelTestClassifier=&iIncludeAll=0&aPartner=&aDateRange%5Barr%5D=2018-12-11&aDateRange%5Bdep%5D=2018-12-13&aPriceRange%5Bfrom%5D=0&aPriceRange%5Bto%5D=0&iPathId=38715&aGeoCode%5Blat%5D=51.468914&aGeoCode%5Blng%5D=-0.456684&iGeoDistanceItem=1300299&aSortingOrderBoosting%5B%5D=distance&aCategoryRange=0%2C1%2C2%2C3%2C4%2C5&aOverallLiking=1%2C2%2C3%2C4%2C5&sOrderBy=relevance%20desc&bTopDealsOnly=false&iRoomType=1&cpt=130029902%2C251100&iViewType=0&bIsSeoPage=false&bIsSitemap=false&>> [Fecha de Consulta: 22 de Octubre de 2018].



DHL. Tasas de Exportación [pdf en línea]. Fecha de Publicación: 2018. n.17.
<http://www.dhl.com.ar/content/dam/downloads/ar/express/es/shipping/rate_guide/dhl_express_rate_transit_guide_ar_es.pdf> [Fecha de Consulta:
16 de Octubre de 2018].

STIA. Escala Salarial Vigente Convenios 244/94 y otros [en línea]. Fecha de Publicación: 2017.
<<http://www.stia.org.ar/2017/noticias-gremiales/item/605-escala-salarial-vigente-convenios-244-94-y-434-06>> [Fecha
de Consulta:
10 de Septiembre de 2018].



ANEXO

Hoteles ingleses encuestados respecto a la oferta de mantequilla de maní en el desayuno.

Hyde Park (Hotel 4 estrellas)

para hydeparkradnor ▾

To whom I may concern,

My name is Maria Blanco and I'm interested in booking a room at your hotel next month, but I have a few questions I wish you could help me. Is breakfast included in the tariff? Also, I'm a big fan of peanut butter and I always have difficulties finding it at hotel breakfasts which really frustrates me. What does your breakfast service includes? Do you have peanut butter in it, or just other spreads like jam? I hope you can answer me, and I thank you in advance.

Your faithfully,

Maria Blanco.

M DOUGHLAS <hydeparkradnor@btconnect.com>

vie., 24 ago. 8:45 ★ ↩ ⋮

para mí ▾

🌐 inglés ▾ > español ▾ Traducir mensaje

Desactivar para: inglés ✕

Dear Maria

Thank you for your e-mail, sorry we do not serve peanut butter only jams and marmalade, you are welcome to bring some with you and we can keep aside for your breakfast, the breakfast is English cooked and served yogurts, cereals, juice

Do let us know when so we can check availability

Sanctuary House Hotel (Hotel 3 estrellas)



To whom I may concern,

My name is Maria Blanco and I'm interested in booking a room at your hotel next month, but I have a few questions I wish you could help me. I saw your menu online and I would like to ask you if you have any option with peanut butter. I'm a big fan of it and I always find it difficult to find in my trips to London. Do you have peanut butter in your breakfast? Or just spreads like jam?

I hope you can answer me, and I thank you in advance.

Your faithfully,

Maria Blanco.

Sanctuary House Hotel - Reception, SW1 <sanctuaryhousehotel@fullers.co.uk>

vie., 24 ago. 3:56



para mí ▾



inglés ▾



español ▾

Traducir mensaje

Desactivar para: inglés ×

Dear Ms Blanco,

Thank you very much for valued interest at the Sanctuary House Hotel.

Unfortunately we do not do breakfast dishes which includes peanut butter. Neither other kind of dishes gets peanut butter in our restaurant.



Thistle Hotel Picadilly (Hotel 4 estrellas)

Bookings at thistle hotel Piccadilly <bookpiccadilly@thistle.co.uk> (enviado por lorenzo.solito@glhhotel para mí ▾)

sáb., 25 ago. 10:20 ★ ↶ ⋮

🌐 inglés ▾ > español ▾ Traducir mensaje

Desactivar para: inglés ×

Good Afternoon Ms. Blanco,

Thanks for your interest into the Thistle Piccadilly Hotel.

The breakfast might be included in the price already according to the package that you will choose, or anyway it can be added afterwards. The price anytime prior the arrival is £10.00 per person on a daily basis sold as a package otherwise you may purchase it at the Reception with a pay as you go option, for £2.00 extra (the increase of the price is explained because it is more flexible).

The breakfast served is both Continental and Full English.

We do serve different kind of jams and for your amusement peanut butter too.

Please find our available packages on the link below:

<https://www.thistle.com/en/hotels/london/piccadilly/special-offers.html>

Kind Regards,

Euston Square Hotel (Hotel 3 estrellas)

Reservations (Euston Square Hotel) <reservations@euston-square-hotel.com> para mí ▾

mar., 4 sept. 0:52 ★ ↶ ⋮

🌐 inglés ▾ > español ▾ Traducir mensaje

Desactivar para: inglés ×

Dear Miss Blanco,

Thank you for your interest in our hotel.

Answering to your questions, the breakfast usually includes in the tariff, we serve continental breakfast.

It includes selection of ham, salami and cheese. also selection of pastries and spreads (jam ,marmalade), selection of fresh fruit, and boiled eggs and of course tea and coffee. However, we do not have peanut butter included as a standard item. But, that does not mean we can not serve it at all.

As a special request we could provide this for you.

I hope we have answered to your questions. Please let us know if you need more help in the matter.

Hoping to seeing you in the near future.

Kind regards,



Sloane Square Hotel (Hotel 4 estrellas)

Sloane Square Reservations <Reservations@sloanesquarehotel.co.uk>

mar., 28 ago. 14:02



para mí ▾

🌐 inglés ▾ > español ▾ Traducir mensaje

Desactivar para: inglés

Dear Ms Blanco,

Thank you for your email and apologies for the delayed reply.

Unfortunately we do not have peanut butter served in our breakfast, however we love to make our guests happy therefore considered a jar already placed in to your room!

When are you coming to stay with us? Can I help you at all with the reservation?

Looking forward to hearing from you.

Kind regards,

Erica

Erica De Nigris /Reservations



Cotización del maní: Eula Alimentos



Pean Pal SA <peanpalsa@gmail.com>

para ventas ▾

23 ago. 2018 11:38



Buen día,

Los contacto desde PeanPal S.A., una empresa en la que nos dedicamos a la producción de pasta de maní. A través de su página nos interesaba conocer el precio de las big bags de maní tostado sin piel de 1250kg. También saber si hacen envíos a Buenos Aires.

Aguardo su respuesta. Saludos,

Nicolás Ramírez

Pean-Pal S.A.

Tel: + 54 11 3558-7378

Mail: peanpalsa@gmail.com



Eula Alimentos <eula_alimentos@hotmail.com>

para mí ▾

24 ago. 2018 13:46



Buenas tardes estimados. Maní tostado partido sin sal (repelado tostado) x bolsas de 30 kg. Precio por pallet de 1000 kg 33.00 + iva .
Dependiendo de la zona en que estén, lo podemos llevar sin cargo.
Pago contado efectivo.

Saludos



Cotización del maní: Manisel

- ¿Cuál es el costo de la tonelada de este maní?

Costo de la tonelada de mani es \$1.100 DOLARES, en todo el mundo se cotiza casi al mismo precio internacional.

Cotización de la azúcar y sal: CGA Maná

 Llamanos 11 4584-0952 • Visitanos Terrero 1766 (C.A.B.A.) Encontranos www.cgamana.com.ar		
LISTA DE PRECIOS - OCTUBRE 2018 -		
HARINAS 000		
Harina 000 Molino Central Norte	50 Kg.	\$ 1.150
Harina 000 Blancura	25 Kg.	\$ 650
Harina 000 Blancura	50 Kg.	\$ 1.200
Harina 000 Cañuelas	50 Kg.	\$ 1.150
Harina 000 Cabodi	50 Kg.	\$ 1.150
Harina 000 Clabecq	50 Kg.	\$ 1.150
Harina 000 Morixe	50 Kg.	\$ 1.150
Harina 000 Morixe Pack 1 Kg	10 Kg	\$ 260
SEMOLINES - SALVADOS		
Semolin MCN	50 Kg.	\$ 1.300
Semolin Clabecq	50 Kg.	\$ 1.300
Semolin Cañuelas	25 Kg.	\$ 680
Salvado Grueso Blancura / Cañuelas	20 Kg.	\$ 350
Harina Integral Cañuelas	35 Kg	\$ 825
HARINAS 0000		
Harina 0000 MCN	50 Kg.	\$ 1.250
Harina 0000 Blancura	50 Kg.	\$ 1.300
Harina 0000 Blancura	25 Kg.	\$ 700
Harina 0000 Cañuelas	50 Kg.	\$ 1.300
Harina 0000 Morixe	50 Kg.	\$ 1.250
Harina 0000 Morixe Pack 1 Kg	10 Kg	\$ 280
Harina 0000 Premium MCN	50 Kg.	\$ 1.300
Harina 0000 Premium Cañuelas	25 Kg.	\$ 680
Rebozador San Agustin	25 Kg.	\$ 680
SAL		
Sal Gruesa rinsal	25 Kg.	\$ 225
Sal Fina Celusal	25 Kg.	\$ 275
Sal Entrefina Celusal	25 Kg.	\$ 270

AZÚCARES		
Azucar Tipo "A" Ingenio Concepcion	50 Kg.	\$ 950
Azúcar tipo "A" pack 10 x 1	10 Kg.	\$ 228
Azucar Blanca Refinada Tabacal	25 Kg	\$ 700
Azucar Impalpable Holray	10 Kg.	\$ 405
Azucar Impalpable Talco	10 Kg.	\$ 529
Azucar Rubia	10 Kg.	\$ 405
Azucar Negra Holray	10 Kg.	\$ 405



Cotización impresiones: Gráfica El Tata



Gráfica El Tata

para cotizaciones, mí ▾

17 oct. 2018 9:23

Buen día, el costo de 250 adhesivos A3 \$ 3250

El precio no incluye Iva.

Atte.

Daniel



Producción nacional de maní

Argentina cuenta con una ventajosa posición mundial en cuanto a la producción de maní de distintos tipos principalmente el blanchado (maní en la primera etapa de industrialización), superando en exportaciones a grandes países como Estados Unidos y China, ubicándose dentro de los cinco principales países con la mayor participación en la comercialización de este producto. Siendo la provincia de Córdoba el centro productor del país, donde el sector se dedica exclusivamente a la producción de calidad para atender principalmente los mercados internacionales y a los clientes más exigentes como son los países de la Unión Europea, Egipto, Turquía, México, Brasil, entre otros.¹³⁹¹⁴⁰

En similitud con la nuez o la almendra, el maní contiene propiedades antioxidantes que previenen enfermedades cardíacas y diabetes, entre otras. Por esta razón, los productores buscan resaltar las ventajas nutricionales de este alimento el cual aporta vitaminas y aceites esenciales, para que sea incorporado dentro de la dieta habitual no solo como fruto seco sino también en otros formatos como es la pasta de maní.¹⁴¹

¹³⁹Sruralcorg. Maní Córdoba, la marca que representa a la región en el mundo [en línea]. Fecha de publicación: Septiembre 2012 <<https://www.sruralrc.org/2012/09/28/mani-cordoba-la-marca-que-representa-a-la-region-en-el-mundo/>> Fecha de consulta [21 de Octubre de 2018]

¹⁴⁰Ipyme. Maní argentino, planes de una industria con la mirada en el exterior [en línea]. Fecha de publicación: Agosto 2018 <<https://www.cronista.com/pyme/negocios/Mani-un-bien-argentino-que-conquista-el-mundo-20180815-0004.html>>
> Fecha de consulta [21 de Octubre de 2018]

¹⁴¹ Carolina Blengino. Mani Informe sectorial N1 [en línea]. Fecha de publicación: Junio 2014 <http://www.alimentosargentinos.gob.ar/contenido/sectores/otros/mani/informes/2014_05May.pdf>
Fecha de consulta [21 de Octubre de 2018]



ANEXO III - CONSIDERACIONES PARA LAS ALERGIAS AL MANÍ

La venta de productos derivados del maní en cualquier parte del mundo requiere ciertas especificaciones y regulaciones adicionales a cualquier alimento ya que se está tratando con uno que puede generar reacciones alérgicas en algunos de sus consumidores.

Este tipo de alergia suele atacar principalmente a los niños, y se la considera una de las más graves dentro de las alergias derivadas de alimentos, pudiendo poner en riesgo la vida de una persona. Tal es así, que según la Ley sobre el Etiquetado de Alérgenos Alimentarios y Protección al Consumidor, 2004 de Estados Unidos, se considera al maní/cacahuete uno de los 8 alimentos alérgenos más comunes.¹⁴²

Los síntomas que puede presentar una persona con una reacción alérgica al maní son:¹⁴³

- Moqueo.
- Reacciones en la piel, como urticaria, enrojecimiento o hinchazón.
- Picazón u hormigueo en la boca y en la garganta, o alrededor de ellas.
- Problemas digestivos, como diarrea, cólicos estomacales, náuseas o vómitos.
- Estrechamiento de la garganta.
- Falta de aire o silbido al respirar.

Por el año 2000, la American Academy of Pediatrics(AAP), recomendó que cualquier niño con riesgos de sufrir alergia al maní, ya sea por antecedentes familiares, tendencia a otras alergias como el eczema entre otras, no debían consumir maní hasta los 3 años. Con el pasar de los años se comprobó que esta medida no evitaba la generación de alergias en las personas por el maní, entonces se dio por descartada esta recomendación en el 2008 por la AAP.

Luego de una investigación en el Reino Unido, se detectó que los niños que durante el primer año de vida no consumían ningún derivado del maní, tenían más posibilidades de desarrollar una alergia al

¹⁴²FDA. Alergias a los alimentos Lo que usted debe saber. [en línea]. Fecha de publicación: 2 de Febrero de 2018.<<https://www.fda.gov/Food/ResourcesForYou/Consumers/ucm220115.htm>> [Fecha de consulta: 25 de Octubre de 2018].

¹⁴³ Mayo Clinic. Alergia al Maní. [en línea]. <<https://www.mayoclinic.org/es-es/diseases-conditions/peanut-allergy/symptoms-causes/syc-20376175>>. [Fecha de consulta: 25 de octubre de 2018].



maní en algún momento de su vida. En cambio en los niños que poseen en su dieta el consumo de maní desde pequeños, el porcentaje de tener alguna alergia al mismo era potencialmente más bajo.¹⁴⁴

Gracias a los nuevos descubrimientos el tratamiento que hoy en día se le da al maní y sus derivados es completamente diferente al que se le daba hace muchos años. Ya no se evita el consumo del maní, sino que por lo contrario se busca que su consumo sea a una edad más temprana con motivo de evitar futuras alergias en cada persona. Sin dejar de lado que se deben tomar todos los recaudos y realizar estudios médicos pertinentes cuando se considere que una persona puede ser propensa a sufrir una alergia de este tipo.

¹⁴⁴HealthyChildren. Alergias al maní: lo que debe saber sobre las nuevas pautas y la investigación. [en línea] Fecha de publicación: 14 de Febrero de 2017. <<https://www.healthychildren.org/spanish/health-issues/conditions/allergies-asthma/paginas/peanut-allergies-what-you-should-know-about-the-latest-research.aspx>>. [Fecha de consulta: 25 de Octubre de 2018].



Por qué está triunfando la crema de cacahuete en el deporte

Una buena crema de cacahuete contiene ácidos grasos esenciales y un montón de propiedades que la hacen ideal para los deportistas, y por eso está de moda.

JAVIER ROBLEDO VICO

Actualizado a las: 24 septiembre 2017

Las tiendas de suplementos y nutrición se frotan las manos, y lo están notando ya en sus ventas: **la crema de cacahuete está triunfando entre los deportistas por sus grandes propiedades para la salud**. Frente a las cremas de cacahuete que se pueden adquirir en supermercados y que llevan azúcares y aceite de palma, las tiendas especializadas ofrecen cremas de cacahuete muy puras y sin añadidos de ningún tipo.

Calórica, pero saciante

Los frutos secos son uno de los alimentos más infravalorados actualmente, y que deberíamos consumir más asiduamente por el bien de nuestra salud. Al ser crema proveniente de cacahuetes, es lógico que sea bastante calórica, pero en su defensa debemos decir que sacia mucho el apetito y nos puede ayudar a perder peso. De hecho, un estudio publicado en *Journal of Nutrition* relaciona su ingesta con menor índice de masa corporal en adultos.

Ácidos grasos esenciales

La crema de cacahuete es una excelente fuente de omega 3. Gran parte de la reputación estelar de este producto proviene de su riqueza en ácidos grasos esenciales, particularmente alfa-linolénico y ácido linoleico. Como sabemos, el consumo de frutos secos dentro de una alimentación sana reduce los niveles de colesterol LDL (“colesterol malo”) en sangre, aumenta el colesterol HDL (“colesterol bueno”) y protegen frente al desarrollo de arteriosclerosis.

Proteínas de calidad

La elevada cantidad de proteínas que posee la crema de cacahuete puede ayudar sobremanera a los deportistas que practican algún tipo de deporte, y por ello es muy famosa en el mundo del fitness. **Debido al desgaste muscular, puede ser una excelente fuente de proteínas que, junto al aporte calórico, ayude en el proceso de recuperación y regeneración de fibras musculares**. Asimismo, es ideal para veganos, ya que no procede de fuentes animales.



Vitaminas y minerales

La crema de cacahuete es una excelente fuente de potasio, zinc y vitamina E, que además de ser un gran antioxidante, está relacionado con una disminución en el riesgo de contraer enfermedades cardiovasculares y ayuda a disminuir algunas de las complicaciones que pueden presentarse en la diabetes. En este sentido, un estudio publicado en JAMA concluyó que, por sus compuestos fenólicos, este producto puede ayudar a reducir el riesgo de sufrir enfermedades metabólicas.¹⁴⁵

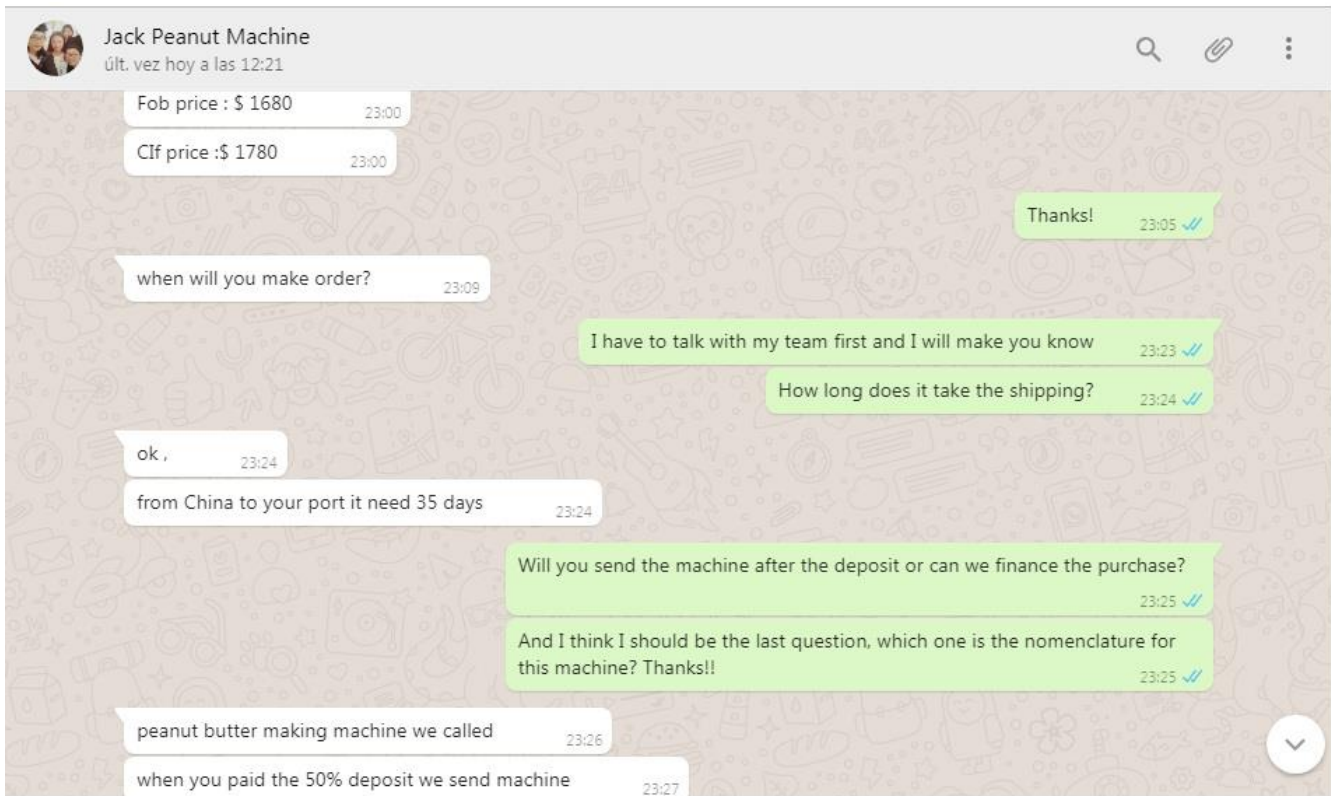
¹⁴⁵Deporte y Vida. Por qué está triunfando la crema de cacahuete en el deporte [en línea]. Fecha de Publicación: 24 de Septiembre de 2017. <https://as.com/deporteyvida/2017/09/24/portada/1506251420_343170.html> [Fecha de Consulta: 18 de Agosto de 2018].



Cotización Maquinarias para la Producción Molino Coloidal

El contacto con el proveedor del molino coloidal fue realizado Vía Whatsapp. A continuación se puede observar el precio FOB y CIF, junto con el tiempo de embarque y plazo de pago.

También se adjunta la certificación de calidad emitido por SGS en la compañía.





Report Number: QIP-ASI179049

Audit Date : 14 Feb.,2017

This report is issued by Focus Technology Co., Ltd. (Made-in-China.com) and the supervising inspectorate (SGS-CSTC Standards Technical Services Co., Ltd.) to confirm that:

Company Name : Golden Machinery Equipment Co., Limited
郑州润翔机械设备有限公司
Remark: The company English name was already registered in Hong Kong, this Hong Kong company had same legal representative with mainland company.

Showroom : <http://cissy.en.made-in-china.com>

Address : Room 166, Floor 10, Unit 2, Building 8, Zhenghong Gaoxin Shumagang Community, No.10, Yulan Street, High-Technology Development District, Zhengzhou, Henan, China

Product : Feed Pellet Machine, Briquette Machine, Grinder Machine, Snack Food Machine, Recycling Machine, Toothpick Machine, Packing Machine, Brick Machine, Fertilizer Machine, Dryer Machine, Colloid Mill Machine, Vegetable Fruit Washing Peeling Machine, Potato Chips Machine, Thresher Machine

has been on site audited for the Following Scope of Activity

1. General Information
2. Foreign Trade Capacity
3. Photos



General Comments:

Golden Machinery Equipment Co., Limited is a trader; it was established in 2016, located in Room 166, Floor 10, Unit 2, Building 8, Zhenghong Gaoxin Shumagang Community, No.10, Yulan Street, High-Technology Development District, Zhengzhou, Henan, China. The company occupied an area of 87 square meters (building area). Golden Machinery Equipment Co., Limited has successful foreign trading experience in Europe, South America, Africa, Southeast Asia and Mideast.

Sign for and on behalf of
SGS-CSTC Standards Technical Services Co., Ltd.



Máquina Termoformadora

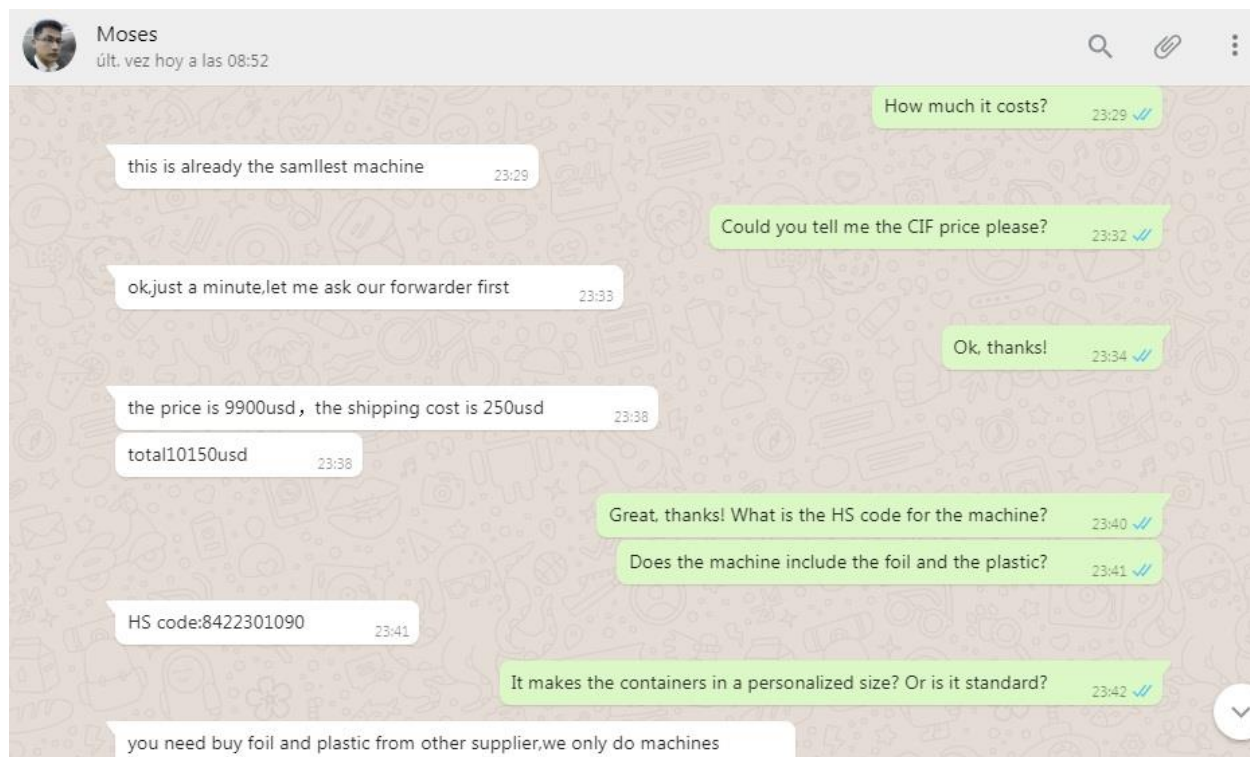
La siguiente es la cotización de la empresa RIFU, correspondiente a la máquina termoformadora.

También fue realizada Vía Whatsapp.

Guangzhou Rifu Packaging Machinery Co.,Ltd
AD:No13-2,NorthStreet,Junmin EastRoad,Jiahe Street,Baiyun District,Guangzhou, Guangdong ,China(Mainland) ISO 9001 RIFU日富机械 PACKING MACHINERY

QUOTATION LIST

No	Model	Name	Price (\$)	QTY
1	RF-80P	Peanut butter packing machine	USD9900	1
2		Sea freight	USD250	1
Total Price:USD10150 FOB GUANZGHOU				
Delivery Time:30-35working days after deposit and samples				
Payment Term:TT (30% deposit before production, 70% balance before shipment)				
Packaging Details:Standard export wooden case				
Quality Guarantee:One year				
Quotation Valid For 30 Days				



Anexo - Cotización Máquinas Nacionales

Buenos Aires 18 de octubre de 2018

peanpalsa@gmail.com

Atención Sr. Nicolás Escudano

Cotización 18101851

De nuestra mayor consideración:

Nos complace ofertar el siguiente equipamiento.

Llenadora semiautomática de un pico LST 1001

Sistema volumétrico de fácil desarme, con camisa de acero inoxidable y embolo con doble sello. Accionamiento con biela manivela de desplazamiento variable y motorreductor de ¼ Hp. Válvula de tapón con actuador neumático. Pico de inyección de acero inoxidable de 12mm. con cierre antigoteo. Estructura autoportante de acero inoxidable con patas, revestimiento con tapa abisagrada para protección del sistema mecánico. Control electrónico de velocidad con variador de frecuencia. Control de parada, arranque y velocidad (presentada en display)

Envases: Rígidos o flexibles. Para dosis mayores repetir operaciones.

Productos: Líquidos viscosos.

Producción: Hasta 1.000 operaciones hora.

Volumen: Regulable de 200 a 1.000cc. Para volúmenes mayores repetir operaciones.

Accesorios incluidos: Manual y herramientas de manejo.

Condiciones

Valor equipo sin tolva.

\$ 234.000,00 Doscientos treinta y cuatro mil pesos.

Valor tolva de acero inoxidable de 50 litros

\$ 42.000,00 Cuarenta y dos mil pesos.

Control automático de nivel de tolva

\$ 28.500,00 Veintiocho mil quinientos pesos.

Valor total de esta cotización

\$ 304.500,00 Trescientos cuatro mil quinientos pesos más IVA (10,5%)

Forma de pago: 50% con la orden de compra 50% acreditado al retirar.

Certificación de aplicación: Deberán enviarse insumos para realizar pruebas dinámicas, en caso de que alguno de los insumos y/o productos no se adapte, no alcance los niveles de producción esperados o requiera un tratamiento especial no contemplado en esta oferta se enviara un informe y la cotización por las adaptaciones o servicios necesarios quedando a exclusivo juicio del cliente la aceptación.



peanpalsa@gmail.com

Atención Sr. Nicolás Escudano

Cotización 18101850

De nuestra consideración:

Nos complace ofertar el siguiente equipo.

Roscador semiautomática RSL 1.800 SP (lineal)

**Estación de roscado con husillo neumático y embrague de torque regulable. Montaje sobre charriot para regulación de altura de roscado. Sistema de mandriles cambiables. Dosificador de envases con mordaza neumática. Regulador de presión neumática con filtro y lubricador. Temporizador para control de secuencia.*

**Tablero eléctrico conteniendo temporizadores fuente, reles y electroválvulas.*

** Todo montado sobre transportador con cadena eslabonada de resina acetal de 83mm de ancho por 1,5 metros de largo. Construcción autoportante con laterales de chapa de acero inoxidable plegada, y patas regulables. Barandas regulables en ancho y altura. Accionamiento con motorreductor de velocidad fija = 5,6 metros por minuto.*

Especificaciones

Altura máxima de roscado: 300mm.

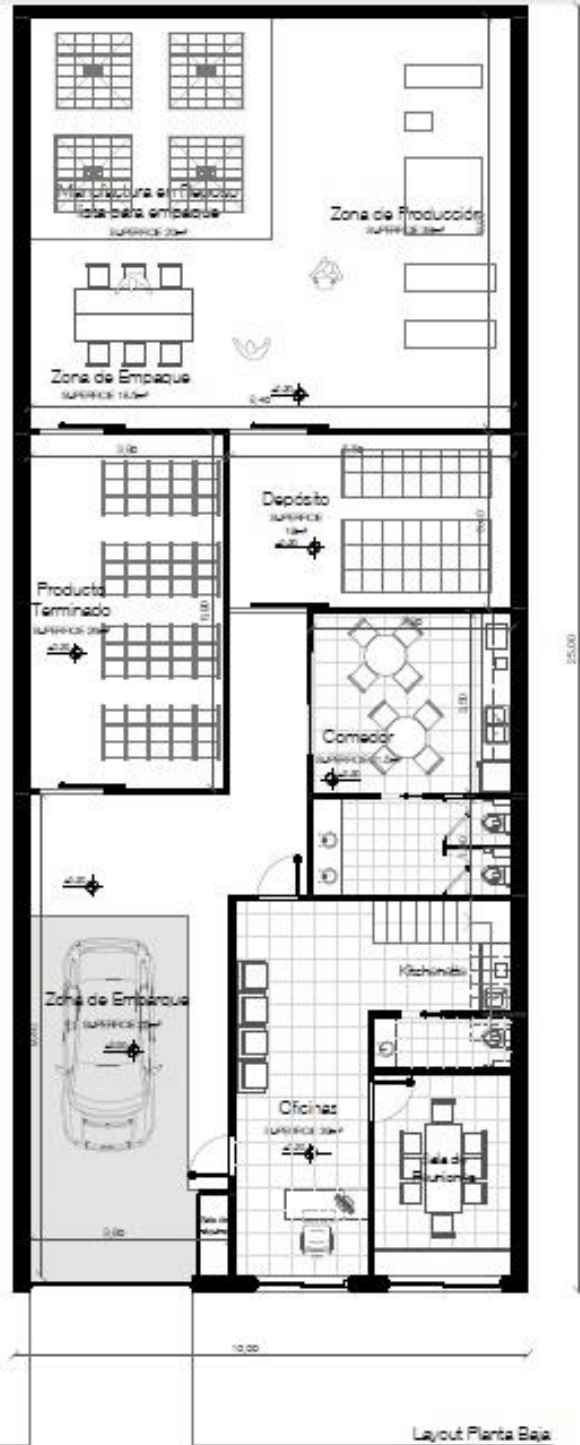
Ancho máximo de envases: 120mm.

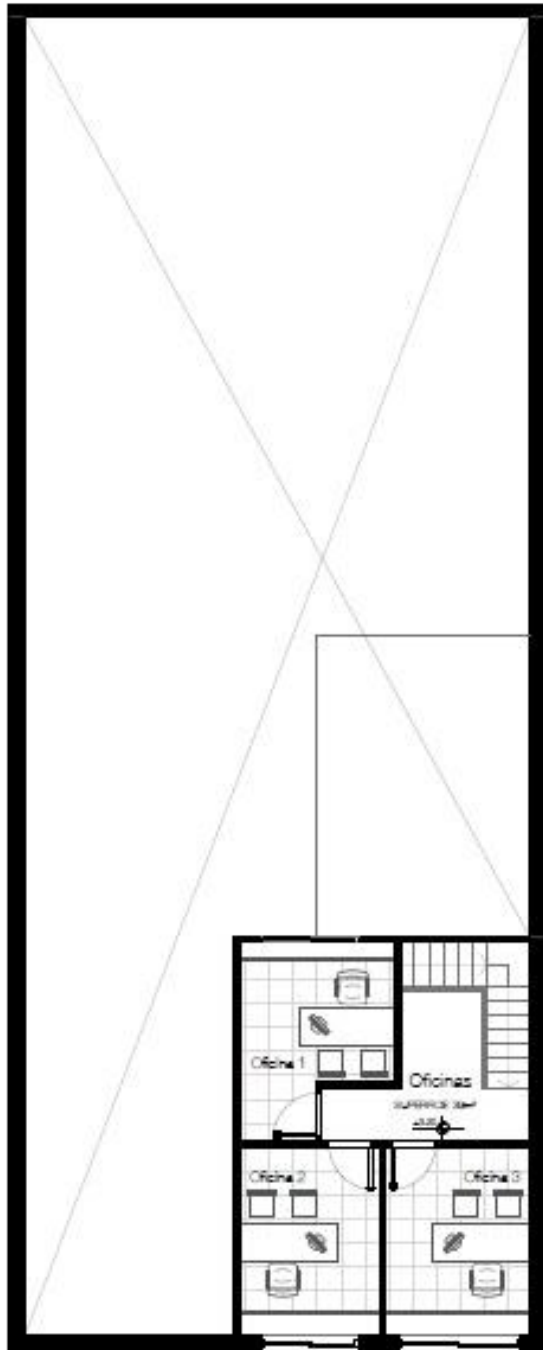
Diámetro máximo de tapas: Confirmar con muestras

Construcción: Estructura, protecciones y tornillos de acero inoxidable 304, plásticos de ingeniería etc.



Anexo - LayOut Empresa Pean Pal. Rawson 400, Morón.





Layout Entrepiso



Anexo - Certificado de Origen

**CERTIFICATE OF ORIGIN
CERTIFICADO DE ORIGEN
(Resolución Nº 532/2011 SIC)**

1. PRODUCER OR EXPORTER (NAME, ADDRESS, COUNTRY) 1. PRODUCTOR / EXPORTADOR Pean Pal S.A. Dr. Guillermo Rawson 300, Morón, Buenos Aires-ARGENTINA		REFERENCE N° OF CERTIFICATE IDENTIFICACION DEL CERTIFICADO (NUMERO) N°	
2. IMPORTER (NAME, ADDRESS, COUNTRY) 2. IMPORTADOR Empire Bespoke Foods 45 Rowdell Road Northolt Middlesex UB5 6AG UNITED KINGDOM		NOMBRE DE LA ENTIDAD EMISORA DEL CERTIFICADO NAME OF THE CERTIFYING ENTITY  CAMARA DE EXPORTADORES DE LA REPUBLICA ARGENTINA CHAMBER OF EXPORTERS OF THE ARGENTINE REPUBLIC (Address) Avda. Roque Sáenz Peña 740 - 1º Piso C1035AAP BUENOS AIRES - REPUBLICA ARGENTINA Tel./Fax: (54-11) 4394-4482 líneas rotativas E-mail: origen@cera.org.ar Internet: http://www.cera.org.ar	
3. CONSIGNEE (NAME, COUNTRY) 3. CONSIGNATARIO Empire Bespoke Foods 45 Rowdell Road Northolt Middlesex UB5 6AG UNITED KINGDOM		5. PORT OF SHIPMENT 5. PUERTO DE EMBARQUE Buenos Aires, Argentina	
4. COUNTRY OF DESTINATION 4. PAIS DE DESTINO London Gateway Port -United Kingdom		6. MEANS OF TRANSPORT 6. MEDIO DE TRANSPORTE Vessel	
7. N° ORDER 7. N° DE ORDEN	8. TARIFF ITEM NUMBER 8. CODIGO ARANCELARIO	9. DESCRIPTION OF GOODS 9. DENOMINACION DE MERCADERIAS	10. WEIGHT OR OTHER QUANTITY 10. PESO O CANTIDAD
1	2008.11.00	Container: SUDU 503936-5 Seal: AAX44909 PEANUT BUTTER Gross weight: 6415,20 Kgs.	8 Pallet
11. REMARKS 11. OBSERVACIONES			
ORIGIN CERTIFICATION / CERTIFICADO DE ORIGEN			
12. PRODUCER'S OR EXPORTER'S DECLARATION: THE UNDERSIGNED HEREBY DECLARES THAT THE MENTIONED GOODS WERE PRODUCED IN ARGENTINE. 12. DECLARACION DEL PRODUCTOR FINAL O DEL EXPORTADOR: DECLARAMOS QUE LAS MERCADERIAS MENCIONADAS EN EL PRESENTE FORMULARIO SON ORIGINARIAS DE LA REPUBLICA ARGENTINA DATE: FECHA:		13. CERTIFYING AUTHORITY'S CERTIFICATION: IT IS HEREBY CERTIFIED THE AUTHENTICITY OF THE PREVIOUS DECLARATION IN ACCORDANCE WITH THE CURRENT LEGISLATION IN ARGENTINE 13. CERTIFICACION DE LA ENTIDAD HABILITADA: CERTIFICAMOS LA VERACIDAD DE LA DECLARACION QUE ANTECEDE DE ACUERDO CON LA LEGISLACION VIGENTE EN LA REPUBLICA ARGENTINA. DATE: FECHA:	
_____ seal and signature of Exporter / Producer sello y firma del Exportador o Productor		_____ stamp and signature sello y firma	
For any doubt regarding the authenticity or veracity of the data contained in the present certificate you will be able to require information to the Area of Merchandise of Origin, dependent of the Undersecretary's office of Public and Commercial Management of the Industry and Trade Secretary at the Ministry of Industry, on Julio A. Roca Av., 651, Floor 6 Sector 31, City of Buenos Aires, Argentina		Cualquier duda que pudiera presentarse sobre la autenticidad o veracidad de los datos contenidos en el presente certificado podrá requerir información al Área de Origen de Mercaderías, dependiente de la Subsecretaría de Política y Gestión Comercial de la Secretaría de Industria y Comercio del Ministerio de Industria, Av. Julio A. Roca 651 Piso 6 Sector 31, Ciudad Autónoma de Buenos Aires, República Argentina	
			

Certificado de Origen realizado por Despachante de Aduana perteneciente a la empresa Interlog S.A



¿Qué son las Aflatoxinas?

Las aflatoxinas son un tipo de toxinas producidas por ciertos hongos en cultivos agrícolas como el maní o cacahuates y los frutos secos (de cáscara dura como las nueces). Los hongos que producen aflatoxinas pueden contaminar los cultivos en los campos, durante la cosecha o durante el almacenamiento. Aparece comúnmente en alimentos mal almacenados, especialmente cuando son conservados en ambientes de temperatura superior a los 20° y alta humedad. La exposición humana a las aflatoxinas se relaciona con un mayor riesgo de cáncer de hígado.¹⁴⁶¹⁴⁷

¹⁴⁶ Instituto Nacional del Cáncer. ¿Qué son las Aflatoxinas? [en línea]. Fecha de Publicación: 20 de marzo de 2015. <<https://www.cancer.gov/espanol/cancer/causas-prevencion/riesgo/sustancias/aflatoxinas/aflatoxinas>>. [Fecha de Consulta: 26 de Octubre de 2018].

¹⁴⁷ Emol.com. Aflatoxina, la sustancia tóxica para el organismo que puede desarrollarse en los frutos secos [en línea]. Fecha de Publicación: 16 de Noviembre de 2017. <<https://www.emol.com/noticias/Tendencias/2017/11/16/883495/Aflatoxinas-Las-sustancias-toxicas-presentes-en-los-frutos-secos.html>> [Fecha de Consulta: 26 de Octubre de 2018].



ANEXO II - COMMON ENTRY DOCUMENT (CED)

EUROPEAN COMMUNITY

Common Entry Document, CED

Part I: Details of dispatched consignment	I.1. Consignor Name Address Country + ISO code		I.2. CED reference number	
			DPE	
			DPE Unit N°	
	I.3. Consignee Name Address Postal code Country + ISO code		I.4. Person responsible for the consignment Name Address	
			1.5. Country of origin + ISO code	1.6 Country from where consigned + ISO code
	I.7. Importer Name Address Postal code Country + ISO code		I.8. Place of destination Name Address Postal code Country + ISO code	
	I.9. Arrival at DPE (estimated date) Date		I.10. Documents Number Date of issue	
	I.11. Means of transport Aeroplane <input type="checkbox"/> Ship <input type="checkbox"/> Railway wagon <input type="checkbox"/> Road vehicle <input type="checkbox"/> Identification: Documentary references:			
	I.12. Description of commodity		I.13. Commodity code (HS code)	
			I.14. Gross weight/Net weight	
			I.15. Number of packages	
	I.16. Temperature Ambient <input type="checkbox"/> Chilled <input type="checkbox"/> Frozen <input type="checkbox"/>		I.17. Type of packages	
	I.18. Commodity intended for Human consumption <input type="checkbox"/> Further process <input type="checkbox"/> Feedingstuff <input type="checkbox"/>			
	I.19. Seal number and container number			
	I.20. For transfer to <input type="checkbox"/> Control Point Control Point Unit N°		I.21.	
I.22. For import <input type="checkbox"/>		I.23.		
I.24. Means of transport to Control Point Railway wagon <input type="checkbox"/> Registered No. Aeroplane <input type="checkbox"/> Flight No. Ship <input type="checkbox"/> Name Road vehicle <input type="checkbox"/> Plate No.				
I.25. Declaration I, the undersigned person responsible for the consignment detailed above, certify that to the best of my knowledge and belief the statements made in Part I of this document are true and complete and I agree to comply with the legal requirements of Regulation (EC) N° 882/2004, including payment for official controls, and consequent official measures in case of non compliance with the feed and food law.		Place and date of declaration Name of signatory Signature		



EUROPEAN COMMUNITY

Common Entry Document, CED

Part II: Decision on consignment	II.1. CED Reference Number	II.2. Customs Document Reference
	II.3. Documentary Check Satisfactory <input type="checkbox"/> Not satisfactory <input type="checkbox"/>	II.4. Consignment selected for physical checks Yes <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>
	II.5. ACCEPTABLE for transfer Control Point <input type="checkbox"/> Control Point Unit N° <input type="checkbox"/>	
	II.6. NOT ACCEPTABLE <input type="checkbox"/> 1. Re-dispatching <input type="checkbox"/> 2. Destruction <input type="checkbox"/> 3. Transformation <input type="checkbox"/> 4. Use for other purpose <input type="checkbox"/>	II.7. Details of Controlled Destinations (II.6) Approval no (where relevant) Address Postal code
	II.8. Full identification of DPE and official stamp <input type="checkbox"/> DPE Stamp DPE Unit N°	II.9. Official Inspector I the undersigned official inspector of the DPE, certify that the checks on the consignment have been carried out in accordance with Community requirements.
	II.10.	II.11. Identity check Yes <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> Satisfactory <input type="checkbox"/> Not satisfactory <input type="checkbox"/>
	II.12. Physical Check Satisfactory <input type="checkbox"/> Not satisfactory <input type="checkbox"/>	II.13. Laboratory Tests Yes <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> Tested for Results: Satisfactory <input type="checkbox"/> Not satisfactory <input type="checkbox"/>
	II.14. ACCEPTABLE for release for free circulation <input type="checkbox"/> Human consumption <input type="checkbox"/> Further process <input type="checkbox"/> Feedingstuff <input type="checkbox"/> Other <input type="checkbox"/>	II.15.
	II.16. NOT ACCEPTABLE <input type="checkbox"/> 1. Re-dispatching <input type="checkbox"/> 2. Destruction <input type="checkbox"/> 3. Transformation <input type="checkbox"/> 4. Use for other purpose <input type="checkbox"/>	II.17. Reason for Refusal 1. Absence/Invalid certificate (if applicable) <input type="checkbox"/> 2. ID: Mis-match with documents <input type="checkbox"/> 3. Physical hygiene failure <input type="checkbox"/> 4. Chemical contamination <input type="checkbox"/> 5. Microbiological contamination <input type="checkbox"/> 6. Other <input type="checkbox"/>
	II.18. Details of Controlled Destinations (II.16) Approval no (where relevant) Address Postal code	
II.19. Consignment resealed New seal no		
II.20. Full identification of DPE/Control Point and official stamp Stamp	II.21. Official Inspector I the undersigned official inspector of the DPE/Control Point, certify that the checks on the consignment have been carried out in accordance with Community requirements. Name (in capital) Date Signature	

Part III: Control	III.1. Details on re-dispatching: Means of transport n° Railway wagon <input type="checkbox"/> Aeroplane <input type="checkbox"/> Ship <input type="checkbox"/> Road vehicle <input type="checkbox"/> Country of destination: + ISO code Date
	III.2. Follow up Arrival of the consignment Yes <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> Local Competent Authority Unit <input type="checkbox"/> Correspondence of the consignment Yes <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>
	III.3. Official Inspector Name (in capital) Unit N° Address Signature Date Stamp



Gastos Administrativos

Gastos Bancarios: Mantenimiento de cuenta

D Galicia

Banco de Galicia y Buenos Aires S.A.U.
CUIT: 30-5000173-5
Domicilio: Tta. Gral. J.D. Perón 430 - CABA



Comisiones Empresas vigencia a partir del 1° de septiembre de 2018*

CONCEPTO COMISION	CORPORATE		AGRO GRANDES		EMPRESAS/SPNF/VINCULADAS		AGRO PES / CONVENIOS AACREA SRA GRA AAPRESID		PYME PES		PYME MICRO /SAS		EMPRESA UNIPERSONAL		CTA. CTE. ESPECIAL EN PESOS		CTA. CTE. ESPECIAL EN USD		OBSERVACIONES	FRECUENCIA DE COBRO
	TASA	\$	TASA	\$	TASA	\$	TASA	\$	TASA	\$	TASA	\$	TASA	\$	TASA	\$	TASA	US\$		
MANTENIMIENTO DE LA CUENTA		\$ 1.450,00		\$ 1.150,00		\$ 1.150,00		\$ 890,00		\$ 820,00		\$ 820,00		\$ 690,00		\$ 72,00		us\$ 15		Mensual
CARGOS POR MOVIMIENTOS																				
Cheque pagado por caja (1)		\$ 35,00		\$ 36,00		\$ 36,00		\$ 34,00		\$ 36,00		\$ 20,00		\$ 30,00						
Deposito por caja (1)		\$ 35,00		\$ 36,00		\$ 36,00		\$ 34,00		\$ 30,00		\$ 20,00		\$ 27,00		\$ 6,00				
Deposito por TAS (1)		\$ 26,00		\$ 18,00		\$ 18,00		\$ 17,00		\$ 18,00		\$ 20,00		\$ 13,00		\$ 6,00		us\$ 0,7		
Cheque pagado por clearing		\$ 20,00		\$ 23,00		\$ 23,00		\$ 20,00		\$ 18,00		\$ 20,00		\$ 14,00						
Cheque pagado e/ sucursales por caja		\$ 35,00		\$ 36,00		\$ 36,00		\$ 34,00		\$ 36,00		\$ 20,00		\$ 30,00						
Depositos entre sucursales por caja		\$ 35,00		\$ 36,00		\$ 36,00		\$ 34,00		\$ 30,00		\$ 20,00		\$ 30,00		\$ 6,00				
Extracciones por caja															\$ 6,00					
DEPOSITOS DE EFECTIVO EN SUC DE RADICACION	1%		1%		1%		1%		1%		1%		1%		1%					
DEPOSITOS Y EXTRACCIONES ENTRE SUCURSALES (ENTRE CASAS):																				
De la misma zona (Capital y Gran Bs. As.)	Efectivo	1%	Min. \$27	1%	Min. \$25	1%	Min. \$25	1%	Min. \$22	1%	Min. \$18	1%		1%	Min. \$18	1%	Min. \$10	1,5%		
	Cheque	4%	Min \$22 y Max -	3%	Min \$20 y Max \$1800	3%	Min \$20 y Max \$1800	4%	Min \$17 y Max \$1020	4%	Min \$18 y Max \$840	0,4%	Min \$18 y Max \$840	4%	Min \$18 y Max \$720	1,5%	Min \$10 y Max \$240		Min. us\$ 1,5 Efv.	Por operación
De distintas zonas (Capital/Gran Bs As. e Interior)	Efectivo	1%	Min. \$30	1%	Min. \$25	1%	Min. \$25	1%	Min. \$23	1%	Min. \$21	1%		1%	Min. \$21	1%	Min. \$10	3%		
	Cheque	4%	Min \$22 y Max -	4%	Min \$20 y Max \$1800	4%	Min \$20 y Max \$1800	4%	Min \$18 y Max \$1156	4%	Min \$21 y Max \$840	0,4%	Min \$18 y Max \$840	4%	Min \$21 y Max \$840	3%	Min \$10 y Max \$240			
CHEQUERAS PERSONALIZADAS																				
Libreta de 25 cheques		\$ 352,00		\$ 320,00		\$ 320,00		\$ 230,00		\$ 220,00		\$ 170,00		\$ 170,00						A pedido
Libreta de 50 cheques		\$ 608,00		\$ 592,00		\$ 592,00		\$ 414,00		\$ 410,00		\$ 310,00		\$ 310,00						
Cheque de Mostrador		\$ 59,00		\$ 67,00		\$ 67,00		\$ 120,00		\$ 100,00		\$ 100,00		\$ 120,00						
Cheque continuo		\$ 11,00		\$ 6,00		\$ 6,00		\$ 5,00		\$ 5,00		\$ 4,00		\$ 4,00						
EXTRACTOS (CADA UNO)																				
Diario		\$ 42,00		\$ 27,00		\$ 27,00		\$ 32,00		\$ 30,00				\$ 22,00		\$ 12,00				
Semanal por mostrador		\$ 29,00		\$ 42,00		\$ 42,00		\$ 41,00		\$ 30,00				\$ 24,00		\$ 15,00			us\$ 2,4	
Semanal por correo		\$ 52,00		\$ 35,00		\$ 35,00		\$ 46,00		\$ 30,00				\$ 30,00		\$ 17,00			us\$ 2,4	
Quincenal por mostrador		\$ 46,00		\$ 63,00		\$ 63,00		\$ 57,00		\$ 50,00				\$ 42,00		\$ 22,00			us\$ 2,9	
Quincenal por correo		\$ 52,00		\$ 42,00		\$ 42,00		\$ 51,00		\$ 42,00				\$ 42,00		\$ 20,00			us\$ 2,4	
Mensual por correo		\$ 130,00		\$ 164,00		\$ 164,00		\$ 104,00		\$ 132,00				\$ 108,00		\$ 36,00			us\$ 2,9	
Mensual por mostrador		\$ 52,00		\$ 100,00		\$ 100,00		\$ 80,00		\$ 72,00				\$ 60,00		\$ 30,00			us\$ 2,4	
Trimestral por mostrador															\$ 21,00					
Trimestral por correo															\$ 21,00				us\$ 2,9	



Gastos de Comercialización: Viaje al Exterior

Encontrá tu Vuelo

Ida y vuelta
 Solo ida
 Multi destino

+ Alojamiento + Auto

Origen
Buenos Aires, Argentina

Destino
Londres, Reino Unido

Fechas 5 Días
Lun, 10 dic 2018 Vie, 14 dic 2018

Todavía no he decidido la fecha

Pasajeros y clase
1 persona, económica

Buscar

	Precios por aerolíneas		Precios +/- 3 días		Tendencia de tarifas	
Resumen	British Airways	Norwegian	Air France	KLM	Iberia	
	7.2 Bueno		7.5 Bueno	7.9 Muy Bueno	7 Bueno	
Directo	\$ 126.039	\$ 52.629				
1 Escala	\$ 50.366		\$ 57.070	\$ 58.661	\$ 63.923	
2 Escalas o más			\$ 70.960	\$ 69.053		

Ordenar por: Precio Moneda: Pesos Argentinos

Filtros más usados:
 Vuelos directos
 1 Escala
 Nocturno
 Matutino

→IDA	EZE	LHR			
lun. 10 dic. 2018	Buenos Aires	Londres			
British Airways	14:20	Directo	06:35 +1	13h 15m	
←VUELTA	LHR	EZE			
vie. 14 dic. 2018	Londres	Buenos Aires			
British Airways	10:40	1 escala	21:00 +1	37h 20m	

Precio por adulto

\$ 22.037

1 Adulto \$ 22.037
 Imp. y tasas \$ 25.033
 Cargos \$ 3.296

Precio final \$ 50.366

Seleccionar

¡Hasta en 50 cuotas!
[Ver bancos y tarjetas](#)

Vuelo a Londres del 10 al 14 de Diciembre por British Airways.

ibis London Heathrow Airport Hotel
★★★★ Hotel

Heathrow, a 2,3 km de: Aeropuerto de Londres-Heathrow

7.5 Bueno (13813 opiniones)

Limpeza muy buena (8.1 / 10)

Página del hotel
\$2.359

Booking.com
\$2.359

Roomdi
\$3.003

+ ofertas desde \$2.223

Expedia

- \$3.003 -

\$2.363

2 noches por \$4.726

Ver oferta >

Hotel para dos noches en Ibis London Heathrow Airport Hotel.

LISTA DE PRECIO A PARTIR DEL 01/10/2018

SOCIOS

CONCEPTO

VISACIONES
BLOCKS C.O. X 100 HOJAS
TALONARIOS BONOS X 10U.
COD Socio

IMPORTE

\$280
\$150
\$2800
\$200

NO SOCIOS

CONCEPTO

VISACIONES
BLOCKS C.O. X 100 HOJAS
TALONARIOS BONOS X 10U.
COD no Socio

IMPORTE

\$390
\$200
\$3900
\$300

Gastos de comercialización - Certificado de origen

