



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

PLAN DE EXPORTACIÓN:

Relojes GPS hacia São Paulo, Brasil.

ALUMNAS:

Daszcynski, Clara Martina LU: 1072283
Mascitelli, María Antonella LU: 1070102

TUTORES:

Roldán, Elena Miriam
Casabella, Ramiro
Aldaz, Luisina

Índice

Introducción	4
Resumen ejecutivo.....	4
Abstract	6
Descripción de la empresa	7
Visión	8
Misión.....	8
Objetivos	8
Estructura organizacional.....	9
<i>Departamento de producción</i>	9
<i>Departamento de marketing</i>	10
<i>Departamento de Finanzas</i>	10
<i>Departamento de ventas</i>	10
<i>Estructura organizacional del área internacional</i>	11
Descripción del producto	12
Industria de relojes en Argentina	13
Mercado Meta: Brasil	16
Competidores	18
Competidores directos.....	18
Competidores sustitutos	19
Análisis del Mercado	20
Análisis del Macroentorno	20
<i>Situación política del mercado meta</i>	20
<i>Situación económica del mercado meta</i>	21
<i>Bloques económicos y acuerdos</i>	24
<i>Ingreso y consumo familiar</i>	26
<i>Comercio exterior</i>	27
<i>Análisis Sociocultural</i>	29
<i>Tendencia</i>	30
<i>Factores ecológicos</i>	30
Principales entornos de inseguridad en São Paulo	32
<i>Secuestros</i>	33
<i>Pedofilia</i>	34
<i>Bullying</i>	34
Análisis FODA	35

<i>Fortalezas</i>	35
<i>Oportunidades</i>	36
<i>Debilidades</i>	36
<i>Amenazas</i>	36
<i>Conclusión FODA</i>	37
Análisis Microentorno	38
Potencial de demanda	38
Fuerzas de Porter	39
<i>Amenaza de la entrada de los nuevos competidores</i>	39
<i>Poder de negociación de los proveedores</i>	40
<i>Poder de negociación de los compradores</i>	40
<i>Amenaza de productos sustitutos</i>	40
<i>Rivalidad entre competidores</i>	41
Estrategia genérica.....	41
Atributo único y diferenciador	41
Mix de Marketing	43
Producto.....	43
<i>Características del producto</i>	43
<i>Atributos intrínsecos:</i>	44
<i>Atributos extrínsecos:</i>	44
Proceso productivo	45
Ciclo de vida del producto.....	47
<i>Marca</i>	47
<i>Logotipo</i>	48
<i>Envase</i>	48
<i>Valor agregado</i>	49
<i>Mantenimiento y actualizaciones de producto</i>	49
<i>Estrategia de producto</i>	50
Precio.....	51
<i>Estrategia de precios</i>	51
Promoción	52
<i>Estrategia de promoción</i>	53
<i>Exposiciones internacionales</i>	54
<i>Estrategia de comunicación</i>	57
Distribución	57

<i>Estrategia de distribución</i>	57
<i>Distribución Física Internacional</i>	59
<i>Transporte internacional</i>	60
Comercio exterior y logística internacional	61
Inscripción de la empresa como exportadora	61
Posición arancelaria	62
Documentación	63
Incoterm.....	64
Medio de pago	65
Rotulado	67
Análisis de riesgos	70
Plan de contingencia	71
Producto.....	71
Precio.....	71
Distribución	71
Promoción	71
Análisis financiero	72
Conclusión	80
Bibliografía	81
Anexos	87
Anexo A: Matriz de atractividad	87

Introducción

Resumen ejecutivo

Cánelli SRL presenta una nueva línea de relojes con un sistema satelital incorporado, que propone tecnologías innovadoras. La sociedad está creada por dos emprendedoras que, intercambiando distintas ideas y experiencias, exportaran un nuevo artículo a la ciudad de São Paulo - Brasil que revolucionará el mercado.

El producto está desarrollado con el objetivo de proporcionar una mayor seguridad a los niños, entregándoles a los adultos responsables un mayor control sobre ellos. Esto se logra incorporando un sistema de posicionamiento por GPS y un botón S.O.S (ayuda), el cual estará conectado directamente con una aplicación que se podrá descargar en los sistemas operativos iOS y Android, mediante la cual se podrá acceder a la ubicación en tiempo real del reloj.

En casos de que el portador del reloj se sienta en una situación de inseguridad, podrá oprimir el botón de ayuda que activará una alerta en el móvil donde se ha descargado la app, en esta instancia el adulto responsable tendrá la posibilidad de enviar ayuda como ambulancia, policía o bomberos.

Luego de realizar una investigación de mercado se pudo concluir que el destino apropiado es el brasilero, dada la gran inseguridad que se vive hace varias generaciones, satisfaciendo una necesidad a través de un sistema simple, innovador y tecnológico que puede generar tranquilidad a las familias usuarias del producto.

A esta decisión se llegó estudiando distintas variables macroeconómicas, destacando entre ellas, tasa de inseguridad en Latinoamérica, tasa de mortalidad infantil, inflación, salario mínimo, entre otros. Por otro lado, es importante resaltar que dicho país pertenece al bloque económico Mercosur el cual beneficia el comercio con Argentina.

El producto estará destinado a aquellas personas que habiten en la ciudad de São Paulo con un nivel socioeconómico de clase media a clase alta (B2 hasta A1), lo que abarca aproximadamente 20 millones de personas.

En cuanto al producto tangible (cuadrante y malla de los relojes), se necesitará un proveedor que trabaje de manera tercerizada, para producir los diseños elaborados originalmente por Cánelli.

Principalmente para este modelo de negocios se proyecta a cinco años. Se estima en el primer año la venta de 6.400 unidades, lo que implicaría un valor CFR São Paulo de USD 224.000,00. Para llevarlo a cabo se necesitará un capital inicial de USD 70.931,24 recuperable en 3 años y 4 meses. Este mismo tendrá en cuenta todos los costos asociados al desarrollo de este proyecto, obteniendo un VAN de USD 83.093,84 y una TIR de 22,17%.

Abstract

Español

El presente plan de negocio consiste en una investigación acerca de la inserción de un nuevo producto tecnológico al mercado brasilero. A partir de la cual se realizó un análisis de diferentes enfoques que trataran de dilucidar cuál es la situación actual tanto en el mercado meta como en el de origen. A ello debe agregarse la investigación de los distintos competidores de productos similares para poder definir cuáles son las estrategias más óptimas para llevar a cabo, además de comprender a quienes nos vamos a dirigir y conocer cuáles son las causas que pueden afectar el buen rendimiento del proyecto. De esta manera, la investigación incluye un marco referencial en el que se observa el contexto, el entorno y los antecedentes del mercado, tanto política como social y económicamente, así también como un marco teórico donde se definirán cada uno de los conceptos con base en fundamentos sustentados. Los resultados del análisis permitirán detectar cuales son las condiciones de accesibilidad en el mercado, habiendo óptimas condiciones de acceso para ingresar nuestro producto de forma exitosa de acuerdo con el comportamiento del consumidor brasilero para crear vínculos con este público, y poder actuar de forma efectiva.

English

The present business plan consists of an investigation about the insertion of a new product in the Brazilian market. Which an analysis was carried out in different ways that it was tried to elucidate in the current situation both in the market and in the origin. To this must be added the research of the different competitors of similar products in order to define which are the most optimal strategies to carry out, in addition to understanding who we are going to address and knowing what are the causes that can affect the good performance of the project. In this way, the research includes a framework in which the context, environment and market antecedents are observed, as well as politics, society, economy and the theoretical frame where each of the concepts is defined, base in foundations sustained. The results of the analysis will allow us to detect what are the conditions of accessibility in the market, having optimal access conditions to enter our product successfully according to the behavior of the Brazilian consumer to create links with this public, and to be able to act effectively.

Descripción de la empresa

Cánelli S.R.L es una compañía fundada en enero del 2018, por dos socias que se especializan en comercio exterior, marketing y finanzas. Sus oficinas están localizadas sobre la calle Cachi al 200, en la localidad de Parque Patricios, Capital Federal. Es un galpón que cuenta con una superficie de oficinas de 356 metros cuadrados, y la superficie de depósito se extiende a 429,84 metros cuadrados aproximadamente.

Foto (1): oficinas de Cánelli



Fuente: Zonaprop

En la planta baja de la fábrica se encuentra ubicada la máquina de ensamble del sistema satelital del reloj, donde operan los empleados responsables de la misma. En el primer piso se ubican las oficinas para el resto de los sectores: marketing, finanzas y ventas.

La empresa se dedica a la búsqueda de nuevas tecnologías generando innovaciones en el mercado de relojes de manera constante, formándose como competencia con otros productores nacionales.

En su primer modelo de negocio presenta la producción de relojes digitales con un sistema satelital, siendo su principal objetivo asegurar el correcto funcionamiento en países del exterior, brindando un artículo de calidad y diseño propio.

Visión

Poder insertar los productos de la compañía en distintos países del mundo, siempre distinguiéndonos por la calidad y seriedad que nos caracterizan, siendo también embajadora comercial de la Argentina y posicionando nuestra marca país de manera global.

Misión

Proveer al mercado internacional de relojes de alta calidad, a través del compromiso por la seguridad y el cuidado de las personas, trabajando de manera profesional y transparente, generando confianza en las relaciones con nuestros clientes.

Objetivos

El proyecto de exportación inicialmente se concentra en establecer la marca en la ciudad de São Paulo para el mercado infantil, lo que nos permitirá expandir el producto hacia el resto de Brasil, para luego proyectar la inserción en nuevos mercados en el mundo.

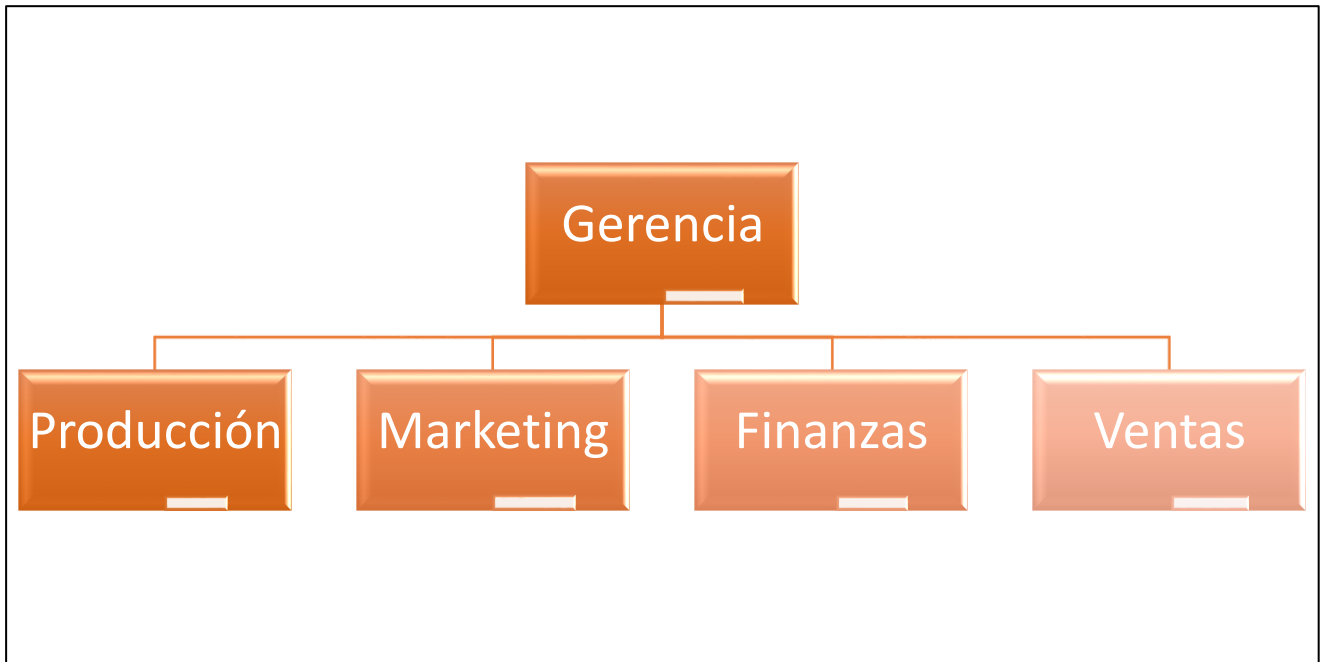
A través de la experiencia adquirida y los resultados obtenidos, se pretende ampliar el segmento incluyendo el mercado de la tercera edad, identificando la misma necesidad en este sector.

A lo largo de la durabilidad del proyecto, se pretende alcanzar la venta de 44mil relojes totales, alcanzando estas cantidades con embarques parciales, dos al año, debido a que luego de una investigación del mercado meta se pudo observar que las fechas donde los niños están mayormente expuestos a actividades fuera de sus rutinas son en sus vacaciones escolares, por lo que se llegó a la conclusión de generar un embarque en el mes de junio y otro en el mes de diciembre.

Estructura organizacional

Actualmente la empresa Cánelli S.R.L está formada por cinco empleados y dos socias creadoras; siguiendo la orientación hacia una estructura centralizada. Esto significa que se concentra el poder de decisión en su estructura jerárquica (diferenciación vertical).

Gráfico (1): Organigrama de estructura organizacional



Fuente: elaboración propia

Departamento de producción

Este departamento se subdivide en dos áreas, contando con una persona responsable por cada una de ellas. Por un lado, el área de desarrollo de la aplicación y programación del sistema satelital, y por otro el área de ensamblado donde se controla la máquina encargada de unir todas las piezas. Esta máquina opera en dos etapas, una donde se inserta el chip a la carcasa terminando con el ensamble del reloj, y la segunda coloca el equipo terminado en la caja de embalaje.

Departamento de marketing

Dicho departamento está integrado por Antonella Mascitelli (una de las socias dueñas de la firma) y otro empleado.

Este departamento tiene como principales actividades:

- Promoción e inserción del producto en el mercado meta mediante la estrategia elegida (desarrollada más adelante).
- Servicio post venta con el cliente, ya que es prioridad mantener el contacto directo para generar una relación de confianza con el mismo.
- Realizar nuevas campañas y estudios de mercado acerca de las preferencias de los actuales y potenciales consumidores.

Departamento de Finanzas

El mismo está orientado a la administración contable de la empresa para poder llevar a cabo el presente modelo de negocio y futuros proyectos. Está integrado por un contador y Clara Daszczyński, socia de la firma.

El departamento trabaja en optimizar continuamente los costos del proceso de ensamblaje, buscando nuevas propuestas para lograr economías de escala.

Departamento de ventas

En este sector se llevan a cabo las tareas necesarias para comercializar el producto. En cuanto al vínculo comercial existe un empleado a cargo que se especializa en la comunicación directa con el cliente, buscando nuevos mercados para insertarse en un futuro a corto plazo.



Estructura organizacional del área internacional

Al ser una PYME, las funciones asociadas al área internacional están distribuidas entre los diferentes departamentos. La administración de todo lo referente a la comercialización en el exterior está a cargo del responsable del departamento de ventas, el cual tiene la tarea de gestionar las operaciones comerciales en los mercados a los que ingrese la empresa.

Por otro lado, las tareas referentes a logística y comercio internacional son manejadas por la gerencia (dueñas de la firma), quienes a su vez cuentan con el soporte de un Despachante de Aduanas externo a la organización para realizar los trámites correspondientes para exportar el producto.

Descripción del producto

El producto a comercializar por la marca Cánelli, se trata de un reloj digital con un sistema de GPS. El producto es diseñado exclusivamente por la firma brindando una amplia selección de mallas de goma para la libre elección del cliente.

El objetivo del producto es brindar un servicio de seguridad a los usuarios debido a la gran inseguridad que afronta el país meta, detallado en las próximas páginas del modelo de negocio.

A través del servicio de GPS es posible seguir la ubicación en tiempo real del reloj, brindado por un sistema satelital con alcance a todo Brasil, con la posibilidad de descargar a los mismos mapas de otros países. Es importante destacar que el producto puede sumergirse en el agua durante tiempo ilimitado y posee batería con durabilidad de hasta 72hs.

A su lado derecho dispone de un botón S.O.S (ayuda) para que el niño que lo lleve puesto, en casos de sentirse inseguro, pueda oprimirlo. Grabando desde ese instante 10 segundos del sonido ambiente enviando dicho audio en conjunto con la alerta al celular que ha descargado la aplicación.

Esta aplicación se podrá descargar e instalar en los sistemas operativos iOS y Android, configurando a través de la misma la conectividad con el reloj deseado ingresando un código que aparecerá en el manual de instrucciones del mismo. Mediante dicha aplicación, luego de que el usuario haya recibido y escuchado la alerta con sonido ambiente, puede decidir qué tipo de servicio de emergencia debe enviar, siendo éstos policía, bomberos o ambulancia pudiendo ayudar al menor donde sea que se encuentre.

Industria de relojes en Argentina

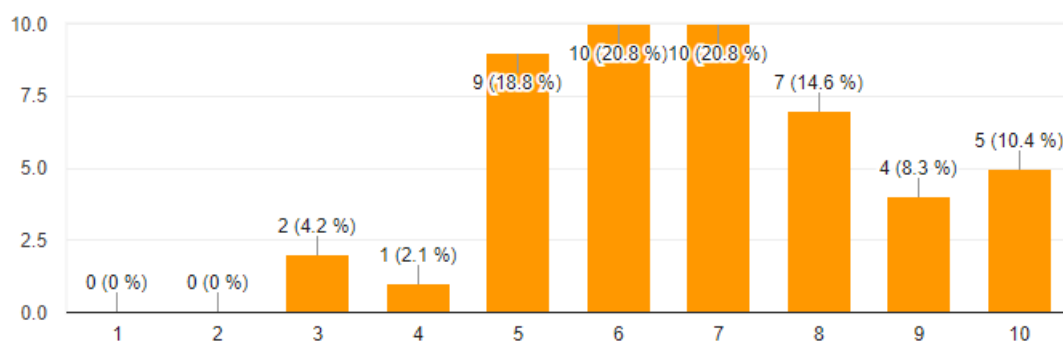
Actualmente en Argentina, existe la industria de relojes digitales con GPS orientado al público de niños. Dichas marcas pueden ser consideradas como competidores directos en el caso de que decidan comercializar sus productos en el exterior.

A través de la amenaza que pueden representar dichos competidores, se realizó una encuesta representativa a 100 personas, entre 25 y 50 años (edad promedio de maternidad/paternidad o que están a cargo de niños menores en Argentina) para que comentaran sus experiencias de inseguridades, las posibilidades de que compraran el producto de Cánelli y si conocían alguna marca local que ya comercialice un artículo con estas características.

La primera pregunta realizada fue acerca de la inseguridad que siente la sociedad en las calles de Buenos Aires, votando 1 como en menor medida y 10 como en mayor medida.

Los resultados de esta pregunta nos indican que en menor o mayor medida, todos los ciudadanos de Buenos Aires sienten alguna clase de inseguridad en las calles.

Gráfico (2): Puntuación de inseguridad en las calles de Buenos Aires

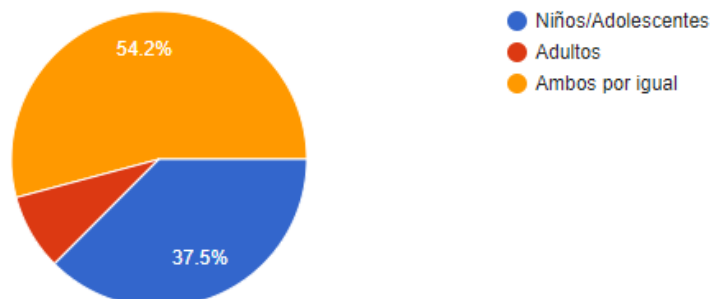


Fuente: propia con elaboración de Google encuestas

La segunda pregunta daba el espacio a considerar sobre qué rango de edad influía mayormente la inseguridad.

Según la resolución de la misma, se indicó que la inseguridad es captada por todas las edades por igual, destacando que un 37,5% siente mayor inseguridad en los niños y adolescentes.

Gráfico (3): Inseguridad en Buenos Aires según edades

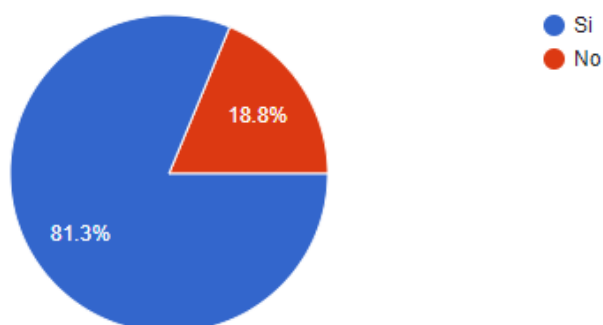


Fuente: Elaboración propia con datos de Google encuestas

La siguiente pregunta fue referida a las probabilidades de que los ciudadanos de Buenos Aires consuman un producto, que brinde una seguridad de estas características, para niños.

Dio por resultado que un 81,3% de los encuestados comprarían un producto que brinde seguridad y tranquilidad familiar, para el uso de los niños. Por otro lado, sólo un 18,8% no consumiría un producto de dichas características.

Gráfico (4): Consumo de un producto que brinde seguridad en los niños

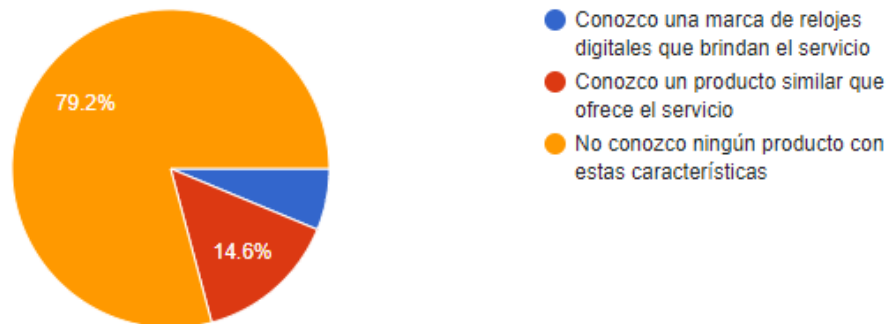


Fuente: Elaboración propia con datos de Google Encuestas

Por último, se evaluó el conocimiento de una marca nacional que brinde el tipo de servicio que ofrece Cánelli.

Los resultados que se obtuvieron fueron que un 79,2% no conoce ningún producto con este tipo de características, y sólo un 6,3% conoce una marca de relojes que brinde el tipo de servicio evaluado.

Gráfico (5): Conocimiento de marcas que brinden un servicio de seguridad infantil



Fuente: Elaboración propia con datos de Google Encuestas

Como conclusión de la encuesta, se pueden considerar los siguientes datos:

Por un lado, que el producto es aceptado localmente debido a que más de la mayoría compraría un artículo de estas características, dado a que la sociedad se siente insegura en las calles de Buenos Aires y consideran que los niños/adolescentes se ven altamente expuestos a situaciones peligrosas.

A su vez, podemos identificar que si bien existen productos nacionales que bridan el servicio de seguridad, la sociedad no los conoce. Con esto podemos identificar la falta de marketing y la importancia que esto representa; por lo que Cánelli hará énfasis en una buena promoción del producto para que pueda ser reconocido tanto localmente como en el mercado meta, pudiendo atraer la atención de nuevos mercados y así expandir la marca internacionalmente.

Mercado Meta: Brasil

El mercado elegido fue el brasilero debido a las distintas ventajas comerciales que presenta con Argentina. Brasil cuenta con 209.3 millones de habitantes, destacando sus principales ciudades más importantes: São Paulo con 11 millones de habitantes, Rio de Janeiro con 6 millones y Bahía con 3 millones.

Para el modelo de negocio en particular, el país seleccionado ocupa la tasa más alta de inseguridad entre los países de toda Latinoamérica¹, 137 muertos cada 100.000 personas, lo que se encuentra notablemente por encima de la tasa global, 7 muertos cada 100.000².

El objetivo de los relojes a comercializar es cubrir la necesidad de generar mayor seguridad a un gran porcentaje de población que vive insegura hace varias décadas. Es por ello que se analizaron diferentes datos e información en cuanto a inseguridad, secuestros, delincuencia, entre otros.

En el mercado brasilero podemos encontrar productos similares a los que ofrece Cánelli, entre ellos debemos destacar un gran consumo de dispositivos GPS civil, debido a sus grandes rutas, autopistas y puentes, ocupando el lugar de los 10 países con mayor infraestructura del mundo.³

Por otro lado, es importante mencionar la gran relación que existe entre Brasil y Argentina desde 1995 con la Unión Aduanera (imperfecta), generándose un gran cambio en el año 2000, aumentando notablemente las negociaciones entre ambos países⁴.

En la actualidad, Argentina se encuentra entre los cuatro países más importantes de importaciones a Brasil, superado por China (USD 5148 millones), Estados Unidos (USD 2267 millones) y Alemania (USD 893 millones)⁵.

¹ Tras un año de violencia, Brasil rompe sus récords de homicidios. THE NEW YORK TIMES (ESPAÑOL). 15 de agosto de 2018. <<https://www.nytimes.com/es/2018/08/15/brasil-homicidios-record-violencia/>> [Consulta: 17 abr. 2019].

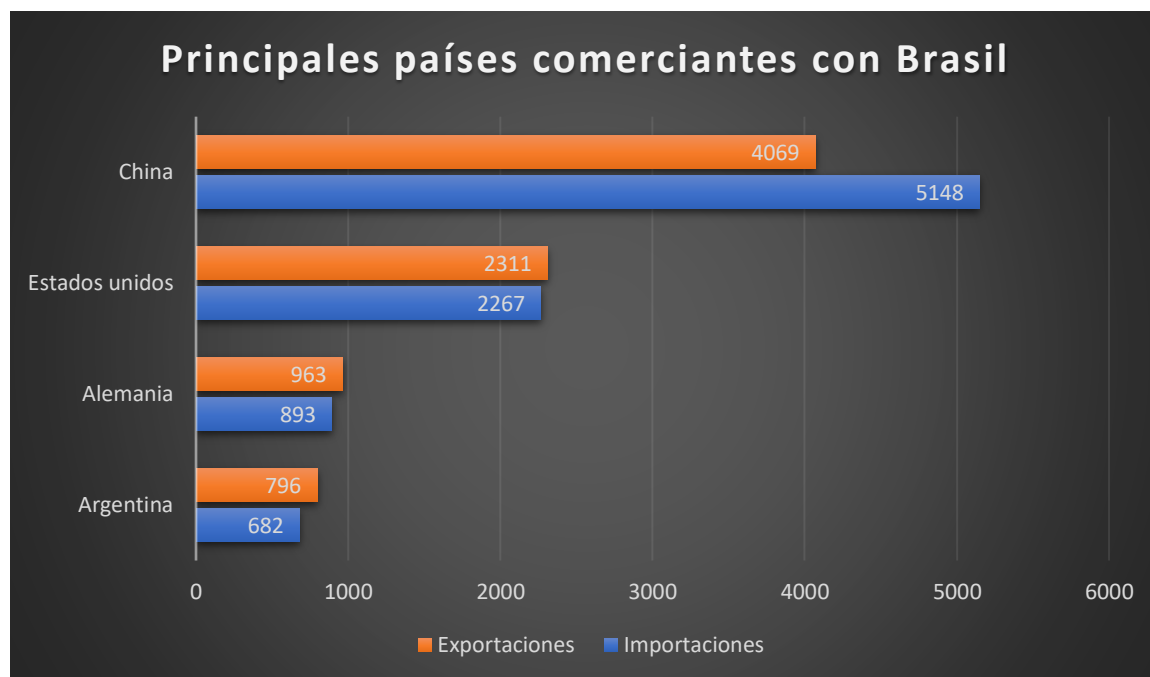
² América Latina es la región con la mayor tasa de homicidios del mundo. CNN EN ESPAÑOL. 27 de abril de 2018. <<https://cnnespanol.cnn.com/2018/04/27/america-latina-es-la-region-con-la-mayor-tasa-de-homicidios-del-mundo/>> [Consulta: 10 jun. 2019].

³ Brasil: El reto y la oportunidad en infraestructura. BID INVEST. 15 de junio de 2018. <<https://blogs.iadb.org/bidinvest/es/brasil-el-reto-y-la-oportunidad-en-infraestructura/>> [Consulta: 20 abr. 2019].

⁴ Nuevo superávit comercial de la Argentina con Brasil. TRADENEWS. 3 de febrero de 2019. <<https://tradenews.com.ar/comercio-exterior-argentina-brasil/>> [Consulta 8 abr. 2019].

A su vez, nuestro país figura en el quinto lugar de sus exportaciones, lo que significa que a lo largo del tiempo se logró afianzar un elevado nivel de negociaciones, lo cual reduce riesgos en cuanto a un desligamiento de comercio entre ambos países.

Grafico (6): Principales países comerciantes con Brasil



Fuente: Elaboración propia con datos de Trade News⁶

⁵Comercio de Argentina con Brasil. Ministerio de Hacienda. Trabajo realizado por la Lic. Silvina Costantino. <www.economia.gob.ar/cuentas/internacionales/comercio_brasil/introduccion.htm> [Consulta: 8 abr. 2019].

⁶ Nuevo superávit comercial de la Argentina con Brasil. TRADENEWS. 3 de febrero de 2019. <<https://tradenews.com.ar/comercio-externo-argentina-brasil/>> [Consulta 10 may. 2019].

Competidores

Competidores directos

Dentro de los posibles competidores, podemos encontrar principalmente a⁷:

- **SoyMomo H2O:** producto creado específicamente para niños en el mercado español. Se destaca por el servicio de atención al cliente y por el sistema operativo que acompaña al producto.
- **Oasis Watchphone 3G:** es un reloj que ofrece el mercado de Norteamérica. Se destaca por su durabilidad de la batería (hasta 60hs). Sólo funciona con un SIM 3G.
- **Winnes GPS:** reloj GPS para niños, creado en el mercado chino, ofrece cámara de fotos y funciona con micro SIM.
- **Super life Tick-Talk:** reloj GPS destinado a los niños de California – EEUU, resistente al agua durante 30 min, llamadas de voz, alarma y zonas de seguridad. Se configura en un rango donde el niño transita su rutina diaria. Funciona con SIM.

Se considera que, si bien los competidores están establecidos en el mercado, ninguno se ha orientado específicamente a Brasil para ofrecer su producto, lo cual nos da la posibilidad de ser pioneros en el mercado meta. Por otro lado, los relojes Cánelli ofrecen un sistema el cual no necesita micro SIM para su funcionamiento, ya que cuenta con señal satelital. Este atributo genera el ahorro de un gasto mayor en el cliente para el uso del producto.

A su vez, los relojes Cánelli están preparados para sumergirse en el agua durante tiempo ilimitado, batería con durabilidad de hasta 72hs, audio de sonido ambiente durante diez segundos desde que el niño aprieta el botón SOS, dando la posibilidad de poder escuchar la situación que está transitando el mismo en tiempo real, y el servicio al cliente que se le podrá brindar al usuario durante 24hs durante todos los días de la semana, vía chat o vía telefónica.

⁷ Los mejores relojes GPS para niños. SMARTWATCHZONE. 1 de noviembre de 2018.
<<https://www.smartwatchzone.net/mejores-relojes-gps-ninos/>> [Consulta 10 may. 2019].

Competidores sustitutos

El mercado de relojes GPS se encuentra con competidores sustitutos los cuales son importantes a tener en cuenta debido a que su funcionamiento es similar al que ofrece el modelo de negocio:

- **Lineable:** pulsera GPS con diseño minimalista de silicona, sumergible al agua. Es el producto más barato que ofrece el mercado hasta ahora (€ 24) y lo más destacable es la durabilidad de la batería durante un año sin necesidad de recarga. Sólo identifica la localización de la misma si se encuentra entre 20 y 30 metros de distancia.
- **My Buddy Tag:** pulsera que utiliza bluetooth en vez de GPS para localizar a los niños, y contiene una alarma de pánico. Permite una localización de hasta 36 metros de distancia.
- **Snowfox:** localizador GPS para niños entre 4 y 8 años; contiene un diseño cuadrado y pequeño que permite acoplarlo a la ropa o a la mochila del niño. Para su funcionamiento es necesaria la suscripción mensual al sistema. Contiene un botón de alerta para el adulto responsable con la notificación de “llámame” ya que funciona con Micro SIM.

Al analizar los competidores mencionados, se puede observar que ninguno pone en riesgo la comercialización del producto ya que los diseños de Cánelli no sólo son relojes, sino que son un producto de seguridad para los niños de Brasil, con un alcance indeterminado, pudiendo rastrear su localización en tiempo real cualquiera sea su distancia.

Por otro lado, el producto que ofrece la empresa contiene diferentes diseños infantiles para que el niño usuario pueda elegir el suyo sin sentir la presión de tener que usarlo sólo por seguridad, generando una experiencia divertida en él.

Por último, es importante destacar que el precio con el que se lanzará al mercado es altamente competitivo, lo que además del gran servicio post venta que brinda la empresa, hace a un producto difícil de sustituir.

Análisis del Mercado

Análisis del Macroentorno

Situación política del mercado meta

Brasil recibió al nuevo presidente, Jair Bolsonaro, el 1 de enero de 2019, quien comenzó con nuevos objetivos a cumplir en cuanto a política exterior y relaciones internacionales.

El objetivo principal de la nueva política de Brasil es lograr una relación fuerte con países desarrollados como Estados Unidos en asuntos de comercio y militancia⁸. También se encuentra en la lista de proyectos, promover el comercio internacional brasilero con el ideal de conservar lo mejor posible las relaciones con los países limítrofes de América del Sur⁹.

El mercado meta se enfrenta a cambios políticos establecidos por el nuevo presidente electo, una de ellas hace referencia a la seguridad, donde se pretende proteger de manera legal a los agentes de fuerza que puedan causar muerte en acto de servicio, así como los dueños de propiedades que sean atacados dentro de sus casas y, como consecuencia maten a sus atacantes en defensa propia, dado a que está legalmente permitido contener armas de fuego en las casas y las calles¹⁰. Esto incrementa la violencia y el miedo social que existe en Brasil, debido a que muchos niños/adolescentes caminan solos por las calles pudiendo ser víctimas de un acto inseguro o presenciar uno.

Los jefes de gobierno de Argentina y Brasil expresaron tener muchas cosas en común, esto llevó a comenzar una intención de construir una estrategia geopolítica común para estos dos países a través de diferentes acuerdos. Consideran que deberían actualizarse las formas que tiene el MERCOSUR.

⁸ ¿Cómo será la política exterior de Brasil con Bolsonaro? ESGLOBAL. 30 de octubre de 2018.

<<https://www.esglobal.org/como-sera-la-politica-exterior-de-brasil-con-bolsonaro/>> [Consulta: 29 abr. 2019].

⁹ La política exterior y la posición de Brasil en el mundo. AMERICA LATINA EN MOVIMIENTO. 4 de enero de 2019. <<https://www.alainet.org/es/articulo/197373>> [Consulta: 29 abr. 2019].

¹⁰ ¿Cuáles son las medidas que Bolsonaro quiere aplicar en Brasil? NOTIMÉRICA. 30 de octubre de 2018.

<<https://www.notimerica.com/politica/noticia-cuales-son-medidas-bolsonaro-quiere-aplicar-brasil-20181030155551.html>> [Consulta: 28 may. 2019].

Siendo los dos países con más influencia política de todo el bloque tienen la oportunidad y el poder para realizar un cambio importante que beneficie a todos los integrantes¹¹.

Situación económica del mercado meta

Brasil se encuentra en el puesto número 5 de los países más grandes de todo el mundo en cuanto a superficie, convirtiéndolo en el más extenso en toda América del Sur con 8.511.965 km², ocupando la mitad del territorio en el continente¹².

Foto (2): Mapa de Brasil



Fuente: Central Intelligence Agency¹³

Por otro lado, es la octava economía más grande en todo el mundo, aunque cabe destacar que no hace mucho (2015 y 2016) entró en la peor crisis económica de su historia, con un PBI en 2015 del -3,8%, y en 2016 del -3,6%. Esta recesión fue a causa de la disminución de los precios en los productos básicos, la reducción del consumo y de la

¹¹ Macri y Bolsonaro promueven una inédita alianza estratégica para las relaciones bilaterales entre Argentina y Brasil. INFOBAE. 17 de enero de 2019. <<https://www.infobae.com/politica/2019/01/17/macri-y-bolsonaro-promueven-una-inedita-alianza-estrategica-para-las-relaciones-bilaterales-entre-argentina-y-brasil/>> [Consulta: 29 abr. 2019].

¹² Información general de Brasil. BRASIL A LA CARTA. <<http://www.brasilalacarta.com/informacion-general-del-pais.viajes-a-brasil/>> [Consulta: 19 abr. 2019].

¹³ The World Factbook: SOUTH AMERICA: BRAZIL. CENTRAL INTELLIGENCE AGENCY. 11 de junio de 2019. <<https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/br.html>> [Consulta 19 abr. 2019].

inversión. Ya para el 2017 empezó una fuerte recuperación con un PBI creciente del 1%, una disminución de la inflación del 2,9% y en 2018 siguió creciendo en cuanto al PBI un 1,4%¹⁴.

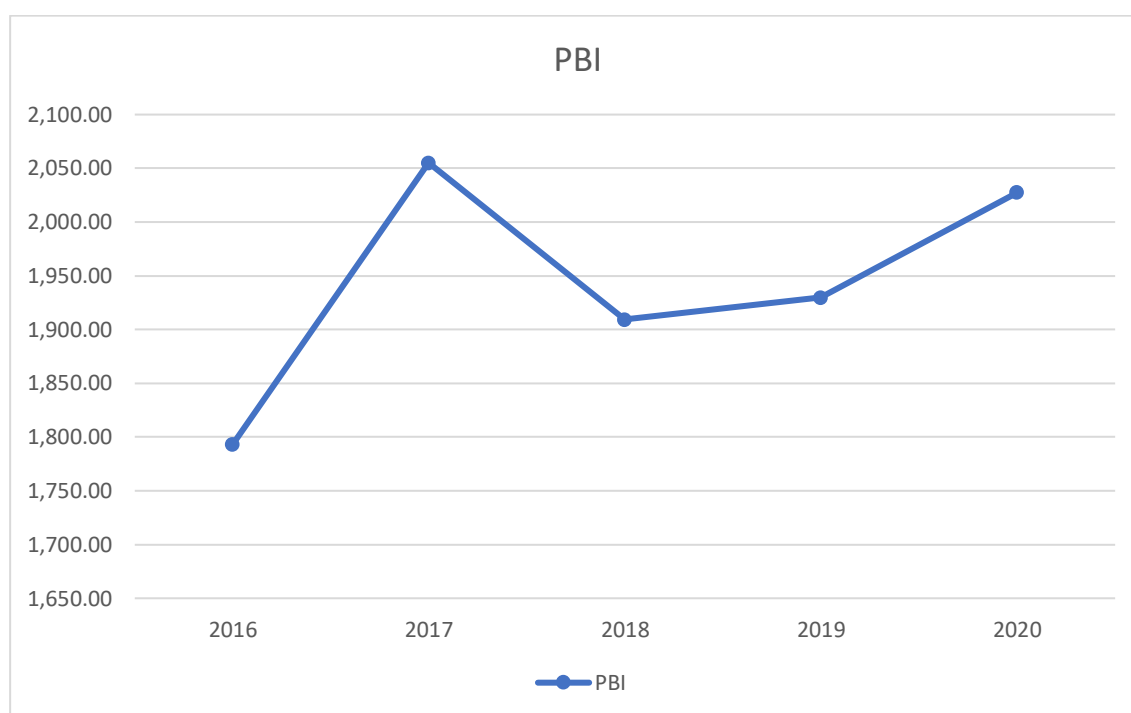
Tabla (1): Evolución de indicadores

Indicadores de crecimiento	2016	2017	2018 (e)	2019 (e)	2020 (e)
PIB (miles de millones de USD)	1.793,31	2.055,14e	1.909,39	1.929,71	2.027,56
PIB (crecimiento anual en %, precio constante)	-3,5	1,0e	1,4	2,4	2,3
PIB per cápita (USD)	8.701e	9.896e	9.127	9.160	9.560
Saldo de la hacienda pública (en % del PIB)	-7,4	-6,4	-7,3	-7,1	-7,3
Endeudamiento del Estado (en % del PIB)	78,4	84,0	88,4	90,5	92,9
Tasa de inflación (%)	8,7	3,4	3,7	4,2	4,1
Tasa de paro (% de la población activa)	11,3	12,8	11,8	10,7	10,2
Balanza de transacciones corrientes (miles de millones de USD)	-23,55	-9,76	-24,84	-30,91	-34,49
Balanza de transacciones corrientes (en % del PIB)	-1,3	-0,5	-1,3	-1,6	-1,7

Fuente: IMF – World Economic Outlook Database, October 2018

Nota: (e) Datos estimados

Gráfico (7): Cuadro PBI (expresado en miles de millones de USD)



Fuente: elaboración propia con datos del Banco Mundial

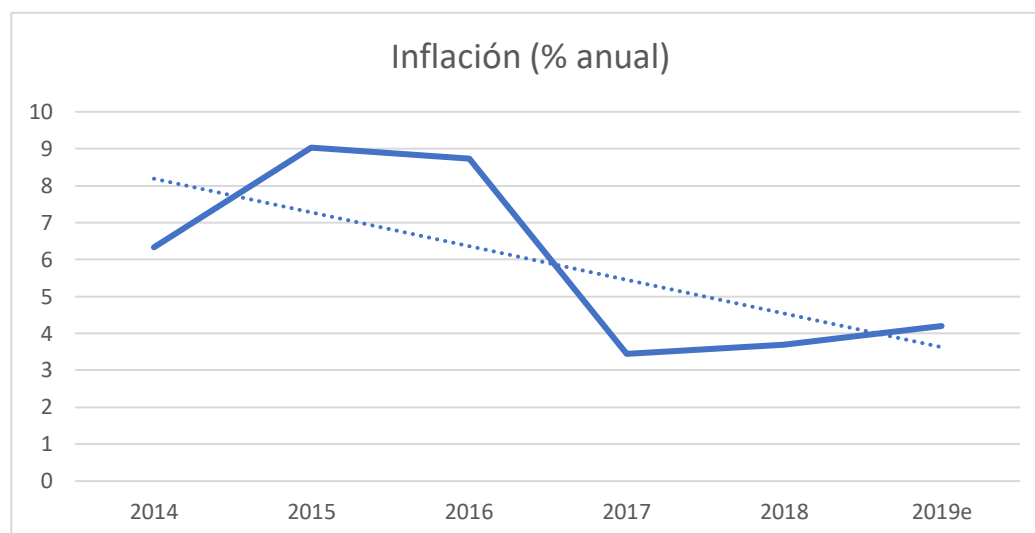
¹⁴ Field Listing : Economy – Overview. Brazil. CENTRAL INTELLIGENCE AGENCY.

<<https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/fields/207.html#BR>> [Consulta 19 abr. 2019].

Según el informe oficial del FMI (Fondo Monetario Internacional) con respecto a las Perspectivas de la Economía Mundial, con actualización en enero de 2019, se espera para el corriente año que la economía siga creciendo, pronosticándose un avance del 2,4%¹⁵ sobre el PBI. Conforme a este mismo informe, las monedas de mercados emergentes en el cual está incluido el real brasileño, obtuvieron una recuperación con respecto a las valoraciones mínimas registradas en agosto-septiembre del año 2018.

En relación con la inflación, en los últimos años efectuaron variaciones positivas, pero si se analizan los últimos 5 años, se puede observar que hubo una gran disminución con respecto al año 2015.

Gráfico (8): Inflación histórica anual



Fuente: elaboración propia con datos del Banco mundial¹⁶

Nota: (e) Datos estimados

Por otro lado, es importante destacar los proyectos de seguridad que implementó el gobierno brasileño utilizando la industria del localizador. Debido a la gran tasa de robo de vehículos que existe principalmente en la Ciudad de São Paulo, donde la estadística de robos es de uno cada 5 minutos, se llevó a cabo la instalación de dispositivos GPS para rastreo y un mecanismo anti robo en todos los automóviles nacionales e importados. Dicho proyecto fue

¹⁵ Actualización de Perspectivas de la Economía Mundial, Enero de 2019. FONDO MONETARIO INTERNACIONAL. Enero de 2019. <<https://www.imf.org/es/Publications/WEO/Issues/2019/01/11/weo-update-january-2019>> [Consulta 28 abr. 2019].

¹⁶ Inflación, precios al consumidor (% anual). GRUPO BANCO MUNDIAL. <<https://datos.bancomundial.org/indicador/FP.CPI.TOTL.ZG?end=2017&locations=BR&start=2001>> [Consulta: 29 abr. 2019].

muy bien aceptado por la sociedad, lo cual indica que su comercialización fue efectiva y los usuarios se sintieron más seguros usándolo que sin él¹⁷, por lo que nos indica que los relojes Cánelli podrán ser una solución a la inseguridad infantil aceptada por el consumidor brasileño.

Bloques económicos y acuerdos

La economía de Brasil se ve favorecida al integrar diferentes bloques económicos y acuerdos con países.

Bloque económico:

El MERCOSUR (Mercado Común de Sur) que permite al país reforzar junto con los otros países, principalmente el comercio internacional y la libre movilidad de capital y trabajo.

El acuerdo más importante es la integración del BRICS¹⁸, formar parte de este significa que Brasil se muestra como una nación fuerte que, aunque sea emergente, cuenta con una gran visión de crecimiento imponiéndose frente a toda la comunidad internacional¹⁹.

La CELAC, trata de crear una asociación donde todos los países cooperan entre sí a través de paz y armonía, lo que posiciona a Brasil como un colaborador activo en la unión de los países.

A su vez, Brasil forma parte del G20 donde en cada reunión se discuten y toman decisiones sobre economía, finanzas y política, dándole un espacio al país de poder participar en las mismas.

La relación que tiene Brasil con estos acuerdos y el bloque económico es importante ya que puede influir favorablemente en la comercialización con Argentina; Con la llegada del nuevo presidente, Brasil aspira a llegar a un MERCOSUR más flexible, con el objetivo de establecer acuerdos bilaterales sin la necesidad de la aprobación del resto de los miembros.

¹⁷ Brasil instalará GPS y servicio antirrobo en todos sus automóviles. FAYERWAYER. 29 de diciembre de 2008. <<https://www.fayerwayer.com/2008/12/brasil-instalara-gps-y-servicio-antirrobo-en-todos-sus-autos/>> [Consulta: 15 may. 2019].

¹⁸ Brasil. ECURED. <<https://www.ecured.cu/Brasil>> [Consulta: 3 abr. 2019].

¹⁹ Los aportes y beneficios simbólicos de ser un BRICS. CHINA FILES, REPORTS FROM CHINA. 8 de octubre de 2015. <<https://www.china-files.com/los-aportes-y-beneficios-simbolicos-de-ser-un-brics/>> [Consulta: 10 abr. 2019].



Esto es beneficioso para Cánelli ya que se estaría exportando a un país abierto al mundo, por lo que se podría aprovechar como una oportunidad de futuros negocios para hacer llegar el producto.

Ingreso y consumo familiar

En Brasil, el ingreso familiar disponible neto ajustado promedio per cápita se estima en 10.225 USD al año, cifra menor que el promedio de la OCDE de 30.563 USD al año. En términos de empleo, aproximadamente el 64% de las personas entre 15 y 64 años de edad en Brasil tienen un empleo remunerado, cifra menor que el promedio representado en OCDE del 67%²⁰

El consumo de las familias brasileñas dio fruto al motor de la economía del país luego de la crisis enfrentada en el año 2015, visualizando una recuperación concreta.

La recuperación se debe a que las familias se vieron obligadas a reorganizar su economía eligiendo confiar en la producción nacional. Las estadísticas lograron un resultado positivo de 110 puntos en el mes de enero del corriente año, un resultado que no se lograba desde el año 2013 en el país²¹. Además, cabe destacar que Brasil logró una inflación controlada y llegó a la tasa de interés más baja en su historia.

Con todas estas acciones se logró generar una confianza en los consumidores ante su mirada al país por su recuperación en la economía, por lo que las familias están dispuestas a comprar más, buscando que los productos les generen la satisfacción que buscan. Por otro lado, es importante destacar que cada vez más brasileños abandonan las marcas de alta gama, buscando opciones más accesibles, emprendedores y ofertas promocionales, aunque siguen prestando particular atención a la calidad del producto, el servicio post-venta y al compromiso social de la empresa (protección medio ambiental, estándares sanitarios, etc.).

Tomando a São Paulo específicamente como referencia, es un mercado muy competitivo y exigente, con tendencia para la importación de productos diferenciados, por lo que se encuentran nichos de alto valor para la inserción de los productos Cánelli.

²⁰Información General. TERRITORIO INDÍGENA Y GOBERNANZA.

<<http://www.territorioindigenaygobernanza.com/brasil.html>> [Consulta: 10 abr. 2019].

²¹Perfil del consumidor brasileño. SCRIBD. <<https://es.scribd.com/document/352610324/Perfil-Del-Consumidor-Brasileno>>

Comercio exterior

Según los cálculos del CCI basados en estadísticas de Ministerio de Desarrollo, Industria y Comercio Exterior, Brasil importó desde Argentina en el 2018 un valor de US\$48.000 de aparatos de radionavegación.

Tabla (2): Importaciones de Argentina a Brasil

SA8	Código del producto	Descripción del producto	Brasil importa desde Argentina			
			Valor 2018, en miles US\$ ▼	Tasa de crecimiento anual en valor entre 2014-2018, %, p.a. †	Participación en las importaciones de Brasil, %	Arancel equivalente ad valorem aplicado por Brasil ‡
	852691	Aparatos de radionavegación	48	-22	0	0

Fuente: Trademap²².

Los principales socios comerciales son: China, Estados Unidos, Japón, los países miembros del Mercosur y la Unión Europea.

La balanza comercial de Brasil es estructuralmente positiva, pero viene disminuyendo en los últimos años a causa de la caída en los precios de las materias primas, el aumento en las importaciones de energía y la disminución en la competitividad de los productos brasileiros. Según Trading Economics, el saldo de la cuenta corriente de Brasil en el 2018 fue del -0,47% del PBI en comparación con el -0,6% en 2017²³.

²²Estadísticas del comercio para el desarrollo internacional de las empresas. TRADE MAP.

<<https://www.trademap.org/Bilateral.aspx?nvpm=3%7c076%7c%7c032%7c%7c852691%7c%7c%7c6%7c1%7c1%7c1%7c1%7c%7c1%7c1%7c1%7c1%7c>> [Consulta: 30 abr. 2019].

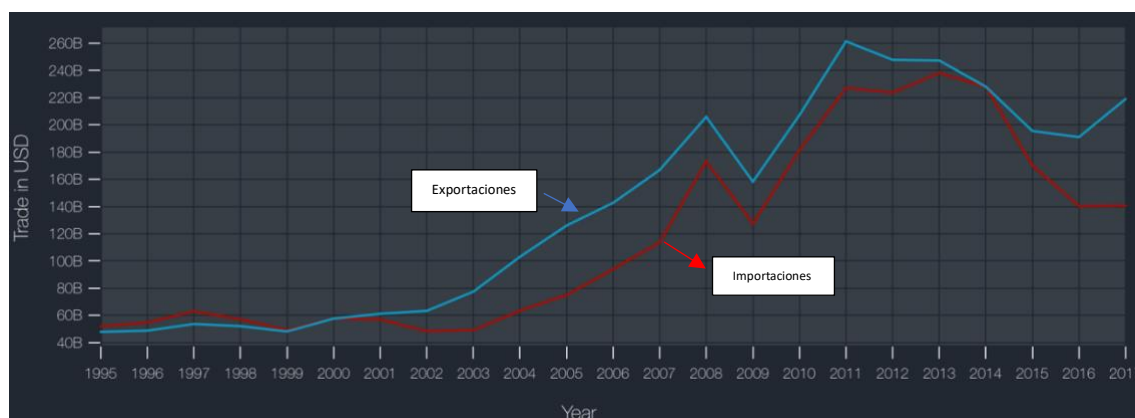
²³ Cifras del comercio exterior en Brasil. SANTANDER RÍO. <https://es.portal.santandertrade.com/analizar-mercados/brasil/cifras-comercio-exterior?actualiser_id_banque=oui&id_banque=3&memoriser_choix=memoriser&&actualiser_id_banque=oui&id_banque=3&memoriser_choix=memoriser> [Consulta: 30 abr. 2019].

Tabla (3): Indicadores de comercio exterior

Indicadores de comercio exterior	2013	2014	2015	2016	2017
Importación de bienes (millones de USD)	250.556	239.152	178.798	143.474	157.476
Exportación de bienes (millones de USD)	242.034	225.101	191.134	185.280	217.769
Importación de servicios (millones de USD)	81.053	85.916	68.921	63.750	66.293
Exportación de servicios (millones de USD)	36.482	39.047	32.989	33.300	33.677
Importación de bienes y servicios (crecimiento anual en %)	7,2	-1,9	-14,2	-10,2	5,0
Exportación de bienes y servicios (crecimiento anual en %)	2,4	-1,1	6,8	1,9	5,2
Importación de bienes y servicios (en % del PIB)	13,9	13,7	14,1	12,1	11,6
Exportación de bienes y servicios (en % del PIB)	11,6	11,0	12,9	12,5	12,6
Balanza comercial (millones de USD)	389	-6.629	17.670	45.037	64.028
Balanza comercial (incluyendo servicios) (millones de USD)	-45.984	-54.736	-19.276	14.590	30.178
Comercio exterior (en % del PIB)	25,6	24,7	27,0	24,6	24,1

Fuente: WTO – World Trade Organisation; World Bank.

Gráfico (9): Balanza comercial de Brasil



Fuente: Atlas media²⁴.

²⁴ THE OBSERVATORY OF ECONOMIC COMPLEXITY. <<https://atlas.media.mit.edu/es/profile/country/bra/>> [Consulta: 30 abr. 2019].

Análisis Sociocultural

Brasil cuenta con una superficie de 8.514.877 km² y actualmente tiene 203.429.773 habitantes. Gran parte de dicha población pertenece a la población indígena; Brasil es uno de los países con mayor diversidad étnica del mundo, dado a que poseen 241 Pueblos Indígenas.

Entre las cuatro ciudades más pobladas del país meta se encuentran:

Tabla (4): Ciudades más pobladas de Brasil

Ciudad	Habitantes
São Paulo	11.316.149
Río de Janeiro	6.355.949
Brasilia	3.373.605

Fuente: Elaboración propia con datos de Viaje Jet²⁵

Clases sociales en Brasil

La clase media-media en Brasil representa un 10% de la población, aproximadamente 20 millones de habitantes. Dicha clase está conformada por profesionales asalariados en inicio de carreras o trabajos, profesionales liberales y autónomos de servicios, académicos e intelectuales. Se estima una renta familiar promedio de 4mil dólares mensuales²⁶²⁷.

La clase media alta en Brasil simboliza un 10% de la población, lo que es igual a 20 millones de habitantes. Dicho sector está conformado por ejecutivos gerentes, profesionales establecidos y autónomos, empresarios y emprendedores. Su renta familiar es de hasta 10mil dólares mensuales.

²⁵ Ranking de las 10 ciudades más importantes de Brasil. VIAJE JET. <<https://www.viajejet.com/ciudades-importantes-de-brasil/>> [Consulta: 5 may. 2019].

²⁶ División de las clases sociales en Brasil, según su nivel de ingresos. REDDIT. 2017. <https://www.reddit.com/r/podemos/comments/5342ye/division_de_las_clases_sociales_en_brasilsegun_su/> [Consulta: 5 may. 2019].

²⁷ Brasil ¿un país de clase media? BBC NEWS. 1 de octubre 2010. <https://www.bbc.com/mundo/noticias/2010/10/100930_brasil_elecciones_clase_media_pea> [Consulta: 5 may. 2019].

La clase alta (A1) en Brasil representa el 1% de la población, por lo que significan 2 millones de habitantes. Dicha clase social está conformada por intelectuales y empresarios de grandes corporaciones²⁸.

Tendencia

En la actualidad, los niños se encuentran expuestos a la tecnología a una edad temprana, lo que lleva a los padres o responsables a cargo a recurrir en la compra de un dispositivo telefónico digital, ya sea por necesidad de comunicación, control, seguridad, o simplemente a pedido del niño.

Es por eso que Cánelli ofrece una línea de relojes modernos, con pantalla digital, el cual ofrece principalmente un servicio de seguridad para satisfacer la necesidad del adulto, pero por otro lado deja al niño satisfecho ya que se siente dentro del entorno tecnológico que lo rodea a diario, generando satisfacción en él, evitando el pedido de un celular o cualquier otro dispositivo tecnológico costoso e inseguro²⁹.

Factores ecológicos

En la actualidad la sociedad de todo el mundo se preocupa por el resguardo de la tierra, el calentamiento global y el cuidado de la naturaleza, dado a que muchos estudios científicos demuestran como el consumo humano en su vida diaria deteriora todos los factores naturales que nos generan muchos recursos fundamentales para vivir.

Como se ha mencionado anteriormente, el consumidor brasileiro presta gran importancia al factor ecológico que ofrecen las empresas a la hora de vender sus productos. Es por este motivo que Cánelli, dado que los productos tienen una vida útil de un año, ofrecerá un servicio post venta donde los usuarios pueden llevar el producto usado y llevarse un nuevo reloj abonando una mínima diferencia. Dichos productos usados serán utilizados para repuestos y reciclado.

²⁸ Modernización y clases sociales en Brasil. LA DIARIA. 30 de mayo de 2018.

<<https://ladiaria.com.uy/articulo/2018/5/modernizacion-y-clases-sociales-en-brasil/>> [Consulta: 20 may. 2019].

²⁹ La tecnología y los niños. FACEMAMA.COM. 8 de abril de 2019. <<https://www.facemama.com/nino/la-tecnologia-y-los-ninos.html>> [Consulta: 31 may. 2019].



De esta manera, la marca generará una buena aceptación del público demostrando el interés por la ecología y el cuidado del medio ambiente.

Principales entornos de inseguridad en São Paulo

Trata infantil

Según lo evaluado hasta entonces en el presente modelo de negocios, Brasil cuenta con la tasa más alta de inseguridad entre todos los países de Latinoamérica. En cuanto al sector infantil de la sociedad, se calcula que por día hay 4mil niños que son víctimas de la trata infantil. Según los cálculos realizados por la Organización Internacional para las Migraciones, las ganancias generadas de la trata de personas, en particular de mujeres y niños, alcanzan los 10 mil millones de dólares anuales.

Por otro lado, existe una fuente de secuestros elevados debido al uso de la adopción internacional que cada día se hace más habitual. Según la UNICEF, el número de infantes y niños que son separados de sus familias para llevar a cabo estos negocios ronda entre mil y mil quinientos secuestros por año³⁰

Los principales lugares donde se vive la inseguridad es en los barrios más pobres llamados “favelas”, donde niños desde temprana edad deben independizarse debido a que los adultos a cargo trabajan muchas horas a diario, lo que provoca que haya una abundante cantidad de niños en las calles de manera solitaria, esos son los momentos en los que son atacados, estando muy expuestos a la criminalidad y al narcotráfico.

Si bien existe una diferencia marcada entre las diferentes clases sociales, la trata de niños es una situación a la que todos los menores de 15 años se enfrentan constantemente, siendo uno de los principales problemas de inseguridad que aterra a las familias brasileñas.

³⁰La situación de violencia e inseguridad en Brasil fue expuesta ante la CIDH. DIARIO LIBRE. 9 de mayo de 2018. <<https://www.diariolibre.com/actualidad/justicia/la-situacion-de-violencia-e-inseguridad-en-brasil-fue-expuesta-ante-la-cidh-BJ9821892>> [Consulta: 31 may. 2019].

Secuestros

La población joven es la más afectada en el país en cuanto a secuestros y asesinatos, se habla de un 88% de vidas jóvenes; en São Paulo específicamente se registran más de 500 secuestros al mes.

Como se mencionó anteriormente, Brasil es el segundo país más desigual del mundo en cuanto a las diferencias de clases sociales, atacando en mayor porcentaje a las clases sociales altas (Desde clase media-media) por su poder adquisitivo. No es extraño ver a grandes empresarios Elite trasladarse en helicóptero a sus oficinas para evitar secuestros.

Existen varias asociaciones creadas por padres víctimas de homicidios de sus propios hijos menores de edad, entre ellas existe el “Movimento de Resistência ao Crime” (MRC) encargado de acompañar y dar apoyo a jóvenes que se sienten inseguros en las calles de São Paulo, brindando un espacio a las familias preocupadas por las situaciones que viven. Muchos de ellos marchan con el lema “¡Basta, Eu quero paz!”³¹ (¡Basta, yo quiero paz!).

Cabe destacar que la red de delincuentes está formada en gran parte por jóvenes entre 14 y 16 años, los cuales son utilizados por la mafia ya que el gobierno los protege con una sentencia mucho menor.

³¹ El secuestro en Brasil “EL CRIMEN NO TIENE EDAD”. LOS OJOS DE LA VÍCTIMA.
<<https://losojosdelavictima.wordpress.com/el-secuestro-en-brasil/>> [Consulta: 31 may. 2019].

Pedofilia

El abuso infantil y la comercialización de material pornográfico en niños y adolescentes es un tema que aborda gran cantidad de denuncias en las ciudades de Brasil. Muchos niños son secuestrados, obligados a consumir sustancias y abusados para generar contenidos en las redes sociales.

Estas publicaciones que resultan ser anónimas, fueron investigadas en profundidad por la policía llevando a cabo un caso que dio gran revuelo en los medios del país, capturando a 106 personas con 237.000 archivos. La pena fue condenada de 1 a 4 años de cárcel, dejando gran preocupación en los adultos responsables de niños menores, sabiendo que en un máximo de 4 años cumplido el plazo el delincuente volverá a las calles de Brasil³².

Bullying

El acoso escolar o bullying es toda agresión física, psicológica o sexual contra una persona en edad escolar de manera tal que causa daño, temor y/o tristeza en la víctima.

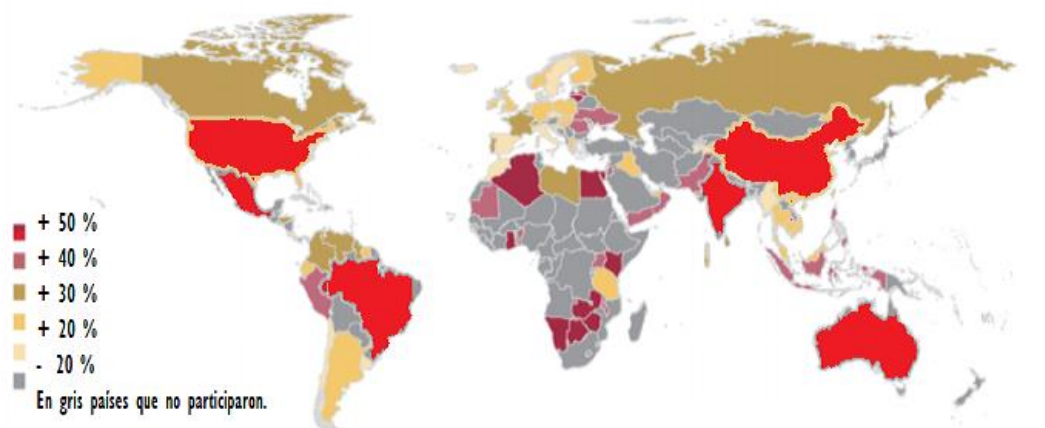
Dicho acto se presenta en un marco donde los niños se encuentran alejados de sus familias no pudiendo resguardarse en ellos. Es por eso que consideramos que el producto podría evitar el sentimiento de temor haciendo que el adulto responsable actúe frente a las autoridades de la institución en el momento que suceden los hechos.

Es importante destacar que Brasil se encuentra en el puesto número cuatro de los países en donde más sufren bullying los niños/adolescentes³³.

³² Más de un centenar de personas son capturadas por pedofilia en Brasil. AGENCIA EFE. 28 de marzo de 2019. <<https://www.efe.com/efe/america/sociedad/mas-de-un-centenar-personas-son-capturadas-por-pedofilia-en-brasil/20000013-3937885>> [Consulta: 31 may. 2019].

³³ Estadísticas Mundiales de Bullying 2017/2018. Primer Trabajo Oficial en el Mundo contra el Bullying. BULLYNG SIN FRONTERAS. 28 de abril de 2019. <https://bullingsinfronteras.blogspot.com/2018/10/estadisticas-mundiales-de-bullying_29.html> [Consulta: 17 may. 2019].

Foto (3): Porcentaje de niños y adolescentes que sufren bullying en el mundo



Porcentaje de niños y adolescentes que han sufrido acoso escolar o bullying en sus escuelas. 2017/2018

Fuente: **ONG INTERNACIONAL BULLYING SIN FRONTERAS**

Fuente: *ONG Internacional Bullying sin fronteras*³⁴.

Análisis FODA

Fortalezas

Cánelli S.R.L. es una empresa que busca innovar constantemente satisfaciendo las necesidades del mercado en el mundo, a través de productos que brindan seguridad al cliente final de una forma novedosa y de muy poco alcance. La producción de los relojes y su sistema está realizada por personas sumamente capacitadas y con experiencia para un desarrollo eficaz.

Cada integrante de la compañía es parte de un vínculo creado por los mismos integrantes debido a su compromiso de la firma buscando el crecimiento continuo de la misma.

³⁴ Estadísticas Mundiales de Bullying 2017/2018. Primer Trabajo Oficial en el Mundo contra el Bullying. BULLYNG SIN FRONTERAS. 28 de abril de 2019.

<https://bullingsinfronteras.blogspot.com/2018/10/estadisticas-mundiales-de-bullying_29.html> [Consulta: 17 may. 2019].

Oportunidades

La creciente ola de criminalidad y tasa de inseguridad en Brasil le brinda el lugar a Cánelli para que inserte en el mercado el reloj de la marca, dándole la oportunidad al cliente de llevar tranquilidad a su hogar en el cuidado de los niños. La inseguridad es una problemática del Macroentorno que el consumidor no puede regular, es por eso que deberá buscar cubrir esta necesidad por su cuenta. Aquí es donde entran en juego nuestros relojes, ya que ofrecen herramientas para aumentar la seguridad familiar a través del localizador GPS y los disparadores de alerta que el niño puede enviar.

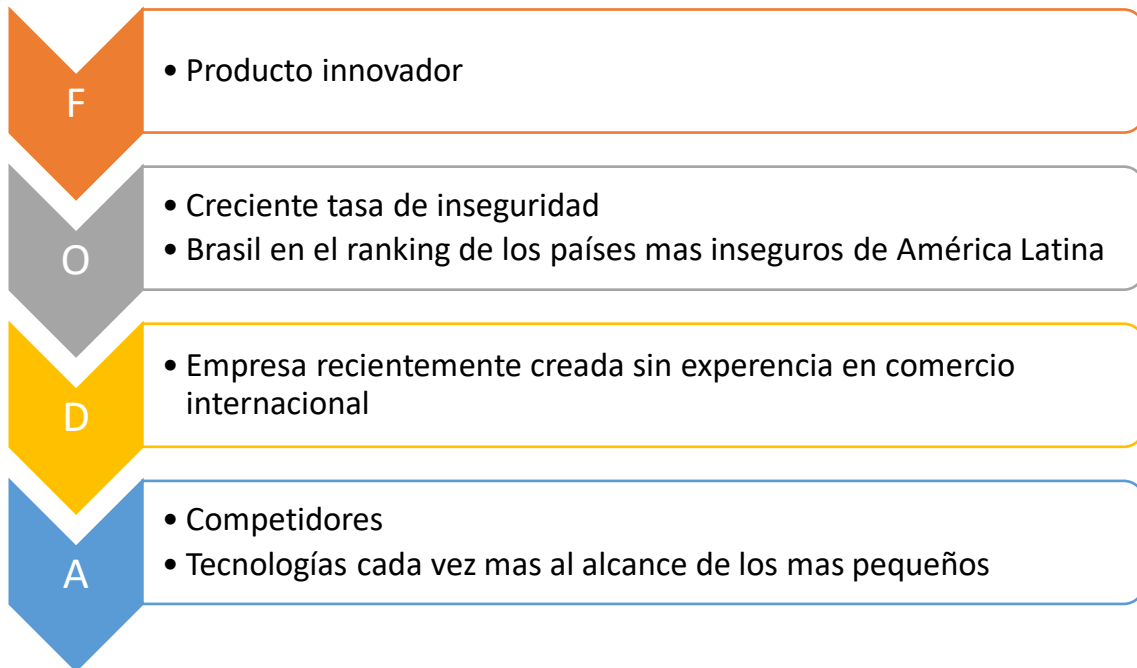
Debilidades

Se trata de una empresa recientemente instalada tanto a nivel nacional como internacional, lo que puede generar dificultades y errores por la falta de experiencia. Sin embargo, con la contratación de especialistas en el rubro de cada departamento no debería suponer un obstáculo.

Amenazas

A través de los teléfonos móviles, es posible descargar diferentes aplicaciones que ofrecen los mismos servicios que ofrece el reloj. Aunque se segmentó el cliente a un rango de edad donde el niño justamente no dispone de un móvil, hay una tendencia a que personas jóvenes con cada vez menos edad accedan a uno, por lo cual no sería necesario disponer del reloj para que la persona adulta obtenga su ubicación en tiempo real las veinticuatro horas del día.

Conclusión FODA



Fuente: elaboración propia.

Aunque haya competidores que fabrican el mismo producto y ya sean empresas bien establecidas, corremos con la ventaja de que no ofrecen un buen servicio satelital de GPS, donde según la ubicación de quien lleva el reloj se puede detectar o no. Cánelli se asegura de que el usuario de la aplicación pueda seguir las veinticuatro horas del día a quien lleve el reloj, este donde este, sin fallas.

Además, la empresa está compuesta por integrantes notoriamente dedicados y con entusiasmo para llevar adelante el proyecto, jóvenes con grandes ideas que se pueden llevar a cabo.

Por lo tanto, se puede concluir que las ventajas son mayores que las desventajas, utilizando las quejas y disconformidades de los clientes de nuestros competidores para mejorar nuestro producto y presentar en el mercado lo que el consumidor está buscando.

Análisis Microentorno

Potencial de demanda

Para llegar al potencial de demanda, en primer lugar, se tomó el número de la población total de Brasil, siendo el mismo de 209.288.278 personas³⁵. Luego, se tuvo en cuenta las tasas de natalidad y mortalidad anual, siendo las mismas un aproximado del 14,16%³⁶ y 6,17%³⁷ respectivamente.

La primera segmentación fue con respecto a la ciudad a la que se dirige, en un principio, los relojes. São Paulo está conformada por 12.176.866³⁸ de habitantes de los 209.288.278 totales de Brasil, por lo tanto:

Total de población Brasil **209.288.278** ___ **100%**

Total de población en São Paulo **12.176.866** ___ **5,82%**

Según lo desarrollado anteriormente en análisis de mercado – Macroentorno, la clase media-media en Brasil representa un 10% de la población, mientras que la clase media alta en Brasil simboliza un 10% de la de la misma. La denominada Elite representa un 1%. Estas tres clases sociales sumadas obtienen como resultado una segmentación del 21% aproximadamente.

Como los relojes de Cánelli están dirigidos al mercado de los más pequeños, también se segmentó por edad, sumando el porcentaje de niños menores de 5 años, y de 5 a 14.

Tabla (5): Porcentaje de población meta

Personas menores de 5 años	7,80%
Personas de 5 a 14 años	17,70%

Fuente: Elaboración propia con Datosmacro³⁹

³⁵ Brasil: Economía y demografía. DATOSMACRO. <<https://datosmacro.expansion.com/paises/brasil>> [Consulta: 31 may. 2019].

³⁶ En 2016 cayó la natalidad en Brasil. DATOSMACRO. <<https://datosmacro.expansion.com/demografia/natalidad/brasil>> [Consulta: 31 may. 2019].

³⁷ Brasil – Mortalidad. DATOSMACRO. <<https://datosmacro.expansion.com/demografia/mortalidad/brasil>> [Consulta: 31 may. 2019].

³⁸ São Paulo. WIKIPEDIA. <https://es.wikipedia.org/wiki/São_Paulo> [Consulta: 31 may. 2019].

Por último, la empresa estima cubrir el 1% de esa demanda en el primer año. Resultando:

Tabla (6): Potencial de demanda

Potencial de demanda	
Población total de Brasil	209.288.278
+Natalidad	2.963.522
-Mortalidad	1.291.309
Subtotal	210.960.491
1. Poblacion Sao Paulo	5,82%
Población Sao Paulo	12.277.901
2. Segmentación	21%
Población Sao Paulo según clase social	2.578.359
Segmentación por edad	25,50%
Consumo de población joven	657.481,58
Potencial minimo	1,00%
Cantidad de personas	6574,82

Fuente: Propia con elaboración de Datosmacro⁴⁰

Fuerzas de Porter

Amenaza de la entrada de los nuevos competidores

Se considera que la amenaza de que nuevos competidores ofrezcan nuestro producto es baja, debido a que la empresa desarrolló un sistema operativo propio. Por lo tanto las barreras de entrada son difíciles de abordar ya que cuestan tiempo y costos más elevados, no pudiendo llegar al precio de venta ofrecido por Cánelli. Los competidores también podrían copiarla, pero estarían violando la patente, lo que podría causar problemas legales.

Una barrera que intenta crear Cánelli es la diferenciación del producto, dándole a la marca identidad a través de atractivos y particulares diseños, y la fidelidad de los clientes.

³⁹ Brasil: Economía y demografía. DATOSMACRO. <<https://datosmacro.expansion.com/paises/brasil>> [Consulta: 31 may. 2019].

⁴⁰Brasil: Economía y demografía. DATOSMACRO. <<https://datosmacro.expansion.com/paises/brasil>> [Consulta: 31 may. 2019].

Poder de negociación de los proveedores

El poder de negociación de los proveedores es alto, ya que lo que nos ofrecen es el sistema de rastreo satelital GPS y toda la tecnología que ello conlleva, siendo este un producto adaptado a los relojes que Cánelli quiere ofrecer en el mercado. Para la marca, cambiar de proveedor sería un trabajo muy largo y costoso.

La ventaja que llevamos es que para el proveedor somos un cliente importante, ayudando a este brindándole ideas innovadoras para desarrollar, pudiendo usar a su favor luego para ofrecer productos similares a nuevos clientes.

Poder de negociación de los compradores

El poder de los compradores es bajo, ya que lo ofrece Cánelli es un producto relativamente nuevo y las importaciones de este tipo de producto es muy bajo. Además, apuntamos a una gran cantidad de demanda donde el producto realmente le da un valor agregado a su calidad de vida, donde el cliente se siente más tranquilo y seguro en cuanto al cuidado de sus niños.

Amenaza de productos sustitutos

Los relojes de Cánelli se enfrentan a diversos productos sustitutos que pueden suplir su compra, tanto relojes con similares características como otras opciones de localizadores. Si bien actualmente existen productos con la misma funcionalidad que nuestro reloj, no se encuentran productos con un sistema satelital de calidad como el que ofrece Cánelli. Por otro lado, contamos con una ventaja en precios que nos posiciona favorablemente, aprovechando esta oportunidad buscando una constante mejora, para así agregar valor para los consumidores y reducir el atractivo de los sustitos.

Rivalidad entre competidores

La rivalidad entre competidores es baja ya que, si bien existen empresas establecidas, no son muchas las que pusieron a la venta esta clase de relojes. Es por eso que, debido al bajo número de competidores, se reconoce la dependencia mutua y no existe rivalidad como los competidores en un mercado masivo.

Además, las demás empresas que ofrecen los relojes con GPS también poseen otras clases de productos en su cartera, como notebooks, parlantes portátiles, Smartphones, etcétera. Esto hace que los objetivos de los demás ofertantes no se concentren en vender los relojes, a diferencia de Caneli que si lo hace.

Estrategia genérica

La empresa decidió utilizar la estrategia de *diferenciación*, debido a que se dirige a un segmento pequeño y definido: niños cuyos responsables a cargo quieren sentirse más seguros cuando no están con ellos, sabiendo que, en caso de ser necesario, podrán oprimir el botón S.O.S. haciéndolos sentirse más cerca del adulto obteniendo ayuda donde quiera que se encuentre.

Atributo único y diferenciador

Se puede destacar como atributo único y diferenciador a la calidad del sistema satelital que posee el producto, ya que brinda con exactitud y en tiempo real, la ubicación del niño que lo lleve puesto. Gran parte de la inversión futura es en actualizaciones permanentes para la mejora constante del producto, ofreciendo nuevas generaciones de este.

A su vez, se invertirá tiempo y dinero en investigaciones y desarrollo, dando lugar a los usuarios a proponer mejoras y contar sus experiencias en nuestras redes sociales, lo cual dará una imagen familiar de la marca generando espacios de diálogo y opinión.

El buen funcionamiento es una condición fundamental para que la comercialización del mismo sea un éxito ya que el consumidor brasilero no observa tanto el nombre de la marca, sino que se preocupa en obtener un producto que cumpla con lo prometido y brinde



soluciones en caso de necesitarlas, es por eso que nos aseguramos de ofrecer nuestros productos en una tienda con gran atención al cliente ya aceptado por el público apuntado.

Mix de Marketing

Producto

Características del producto

El producto se trata de un reloj digital con un sistema de GPS, una pantalla cuadrada con bordes curvos de dos centímetros y medio por dos centímetros y medio, con un peso de 26,5 g. Cuentan con una amplia selección de mallas de goma diseñados exclusivamente por Cánelli.

A través del servicio de GPS es posible seguir la ubicación en tiempo real del reloj, brindado por un sistema satelital con alcance a todo Brasil, con la posibilidad de descargar a los mismos equipos mapas de otros países. A su vez, es importante destacar que el producto puede sumergirse en el agua durante tiempo ilimitado y posee batería con durabilidad de hasta 72hs.

A su lado derecho dispone de un botón S.O.S (ayuda) para que el niño que lo lleve puesto, en casos de sentirse inseguro, pueda oprimirlo. Desde ese instante graba por 10 segundos el sonido ambiente enviando dicho audio en conjunto con la alerta al celular que ha descargado la aplicación.

Esta aplicación se podrá descargar e instalar en los sistemas operativos iOS y Android, configurando a través de la misma la conectividad con el reloj deseado ingresando un código que aparecerá en el manual de instrucciones del mismo. A su vez se podrá generar la lista de teléfonos en los que se quiera vincular y hacer llegar la alerta en caso de ser presionado el botón. Mediante dicha aplicación, luego de que el usuario haya recibido y escuchado la alerta con sonido ambiente, puede decidir qué tipo de servicio de emergencia debe enviar, siendo éstos policía, bomberos o ambulancia.

Atributos intrínsecos:

- Calidad: Los relojes son programados por profesionales, bajo las certificaciones ISO 33000 – ISO 12207 de software calidad⁴¹
- El producto está diseñado para soportar golpes, agua y humedad.
- Los costos de producción están amoldados a las clases económicas apuntadas, proporcionando precios altamente competitivos en el mercado meta.

Atributos extrínsecos:

- Diseños de mallas exclusivos de Cánelli, con motivos de princesas, superhéroes y atracciones vinculadas a las diferentes edades.
- El producto se presentará en una caja de plástico diseñada para que el producto se encuentre seguro.
- Los manuales de uso se encontrarán en idioma portugués e inglés.

⁴¹ Las 9 certificaciones para la transformación digital. AENOR: LA REVISTA DE LA EVALUACIÓN DE LA CONFORMIDAD. <<https://revista.aenor.com/340/las-9-certificaciones-para-la-transformacion-digital.html>> [Consulta: 10 may. 2019].

Proceso productivo

La empresa Cánelli decidió tercerizar la producción de los relojes ya que la misma implica un proceso complejo, de distintas etapas, que incluye mayor personal el cual la firma no está en posición de hacerse cargo económicamente, pero será un proyecto a futuro. El proceso productivo del tercero se basa en la producción de un reloj digital, compuesto por circuitos electrónicos que funcionan por medio de una pequeña batería que se carga a través de un puerto USB. Los relojes digitales incorporan datos adicionales además de la hora, y cuentan con iluminación propia. Desde Cánelli se envían los diseños de las mallas y la pantalla para la producción del reloj. Es importante resaltar que al ser hecho con materiales plásticos el reloj es muy ligero, por lo que es ideal para el uso de los niños y a sus actividades diarias.

La producción por parte del proveedor tiene una demora de 4 meses aproximadamente. Una vez finalizado ese plazo, los relojes son entregados en la fábrica de la firma para seguir con el siguiente proceso: *la introducción del chip a los relojes*.

La empresa desarrollará la tecnología del chip y el encastrado de la misma dentro del reloj, para luego ser introducido y cerrado en de respectivo packaging.

La primera fase de la producción en Cánelli, es la configuración del GPS con el sistema satelital: esta configuración consiste en la coordinación de la llamada constelación de satélites artificiales, que transmiten señales a diferentes receptores localizados en cualquier parte del mundo. Estos sistemas permiten determinar las coordenadas del reloj como resultado de la recepción de señales provenientes de varios satélites, todas al mismo tiempo. La ubicación puede ser obtenida en cualquier parte de Brasil, las veinticuatro horas del día y bajo cualquier condición climática.

La segunda fase consiste en la configuración de zonas de peligro en el GPS. El desarrollo de esta configuración consiste en una investigación interna, con el aporte de reportes de organismos gubernamentales, ONG y datos oficiales brindados por la Policía de Brasil para identificar aquellas zonas urbanas con un alto nivel de reportes de crímenes.

A su vez, por medio de la aplicación de Cánelli, los usuarios podrán aportar y denunciar calles o barrios que a su criterio no sean seguros.

La tercera fase incluye la configuración de la alerta que se dispara al presionar el botón S.O.S en el reloj. A través del mismo sistema satelital para la ubicación GPS, se transmiten las señales en el instante que se presiona el botón, generando una triangulación entre el reloj, el satélite y la aplicación del dispositivo móvil. El satélite se sincroniza con el reloj y calcula el tiempo que tardan en llegar las señales al equipo, de tal modo que mide la distancia al satélite. Conocidas las distancias, se determina fácilmente la posición respecto a los satélites, y conociendo además las coordenadas o posición de cada uno de ellos por la señal que emiten, se obtiene la posición exacta, enviando esta información al dispositivo móvil donde se tenga instalada la aplicación.

Esta coordinación de señales entre satélites también engloba la función de enviar el audio de 10 segundos una vez presionado el botón, donde el micrófono se activa automáticamente y graba el sonido ambiente para que el adulto sepa la causa de la alerta enviada por el niño.

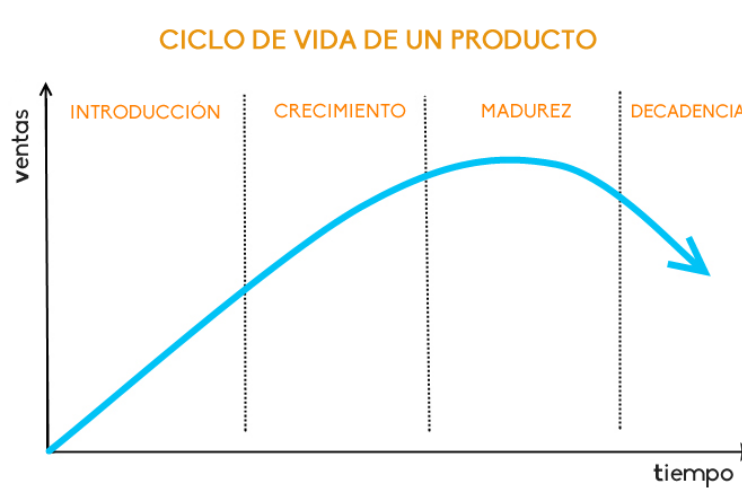
Diseñado el chip con todas las configuraciones mencionadas anteriormente, se procede a introducir el mismo dentro de los relojes. Este proceso se hace a través de una máquina, donde por medio de una cinta y un brazo robótico se va completando el incrustado del chip y el cerrado del reloj, finalizando su producción.

Una vez pasada esta etapa, los relojes por medio de la cinta se dirigen a otro brazo de la máquina, que tiene la función de introducir el producto final dentro de su respectivo packaging.

Por otro lado, dentro de la producción de Cánelli se encuentra el diseño de la aplicación. Esta tarea conlleva una preparación de 5 meses aproximadamente, que incluye la realización de gráficos para la misma, el diseño, agregar contenido interactivo, videos, y la configuración para seguir la ubicación en tiempo real del reloj.

Ciclo de vida del producto

Gráfico (10): Ciclo de vida del producto



Fuente: *Emprende fácil*⁴²

Los relojes Cánelli están diseñados exclusivamente para niños, de 3 a 14 años, y producidos de una calidad que permite que el mismo desarrolle sus actividades con normalidad, siendo éste resistente a golpes, agua y humedad.

El tiempo de durabilidad del producto es de 1 año, programado de esta manera para que funcione con total efectividad durante el tiempo detallado, y luego generar nuevas ventas para el siguiente año, teniendo en cuenta que la marca generará actualizaciones anuales para que el cambio del producto sea más atractivo.

Marca

Se empleará la misma marca en todos los productos comercializados con un logo distintivo en la malla de cada reloj en particular, esto nos brindará distinción en un nuevo mercado para distinguirnos del resto de los productos similares.

En el envase primario se encontrará la leyenda “MADE IN ARGENTINA”, dándole imagen al producto de nuestra producción nacional.

⁴² Ciclo de vida de un producto y sus etapas. EMPRENDER FÁCIL. 12 de junio de 2019. <https://www.emprender-facil.com/es/ciclo-de-vida-de-un-producto-y-sus-etapas/> [Consulta 10 jun. 2019].

Logotipo

El logotipo de Cánelli fue diseñado exclusivamente por el área de marketing de la firma, con una estrategia identificativa infantil, coherente con la percepción que quiere mostrar a sus consumidores. Su logo está marcado por un estilo colorido con el molde de la letra y un diseño en cursiva que representa el mercado apuntado, de esta forma busca generar una imagen de comodidad para los niños que lo utilicen ya que se sienten atraídos por los colores que contiene.

Con respecto a la exportación a Brasil, este logotipo se adapta a las tendencias del mercado meta y la cultura de sus consumidores, manteniendo el idioma en portugués.

Foto (4): Logo Cánelli



Fuente: Elaboración propia de Cánelli

Envase

El envase de Cánelli sigue un concepto exclusivo de la marca. El reloj será comercializado dentro de una caja plástica transparente, permitiendo ver el diseño del reloj a simple vista. La misma contendrá en forma de relieve el logo de la marca, generando un sello que da la imagen de certificación de calidad.

Dicho envase será colocado en una caja de cartón con las instrucciones de uso, volante con código QR para la descarga de la aplicación móvil y su garantía correspondiente.

Valor agregado

Los productos que ofrece Cánelli generan un valor agregado en los consumidores, por un lado el servicio que brinda post venta, donde habrá personal disponible 24hs todos los días de la semana por cualquier dificultad o inconveniente que surja en la configuración del producto o su uso.

Por otro lado, la firma ofrece diseños exclusivos, los cuales no se encuentran en otras marcas debido a que los mismos se encuentran patentados, generando, caso contrario un problema legal para los competidores.

Mantenimiento y actualizaciones de producto

Cánelli se plantea como objetivo de la marca buscar la mejora continua ya que se considera un aspecto muy importante cuando se habla de tecnología y es muy común quedar obsoleto o en desventaja ante nuevos competidores con desarrollos más innovadores.

Las actualizaciones implican añadir o modificar utilidades tanto en la aplicación instalada en los dispositivos móviles de los clientes, como en el sistema satelital insertado dentro del reloj, siendo un pilar principal mejorar tanto en aspectos de funcionalidad como de seguridad.

Los relojes ofrecidos, cuentan con una aplicación y un sistema satelital por lo que necesitan, a través de nuestros especialistas en sistemas, se busquen mejoras y actualizaciones permanentemente. Para la empresa es muy importante brindar un servicio que mejore día a día, por lo que se trabajará en buscar y encontrar la superación contante. El objetivo de esto es lograr:

- Mantenimiento del producto.
- Mejoras en la velocidad de la aplicación.
- Solucionar desperfectos y problemas que puedan surgir.
- Brindar un servicio de ubicación en tiempo real más amplio.
- Extender los mapas del GPS.

Por otro lado, no sólo se trata de mejorar la funcionalidad, sino de mantener la seguridad de quienes utilizan los relojes a medida que se van descubriendo oportunidades de ampliar el servicio. Más allá de que cada uno de los sistemas operativos en los que funciona la aplicación de Cánelli tenga sus propias normas de actualización, se debe lograr que en las propias actualizaciones del software de la firma se llegue a proteger los datos de los propios clientes.

Estrategia de producto

La estrategia del producto a desarrollar será de adaptación debido a que deberá ser adaptado a cada mercado meta que se pueda alcanzar en un futuro, ya que los relojes incluyen un sistema satelital que requiere la configuración geográfica del usuario, pudiendo actualizar los mapas correspondientes. A su vez, los diseños de las mallas deben ser adaptadas a los gustos de los niños, investigando modas y preferencias de los usuarios en particular.

Precio

El precio CFR de los relojes se ha fijado en USD 35. Se arribó a este valor teniendo en cuenta tanto los costos de la operación como el precio que el consumidor brasilero, del sector socioeconómico al que se apunta como objetivo, está dispuesto a pagar por productos similares. Así, se determinó un umbral mínimo y máximo para fijar un precio competitivo.

En el precio de venta se considera la utilidad que Cánelli fijó en un 50%, lo que representa USD 11,96 por unidad vendida. Durante los cinco años evaluados se aumentará la utilidad en un 2% cada año respectivamente.

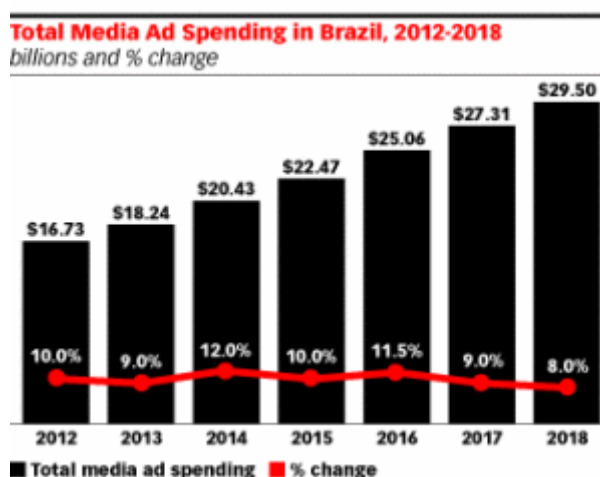
Estrategia de precios

La estrategia de precios utilizada será precios altos, donde se busca alcanzar los consumidores de altos poderes adquisitivos que están dispuestos a pagar precios más altos por productos innovadores. Es por eso que se venderán a las clases sociales media en adelante, hasta que se considere que están lo suficientemente explotados para poder abrir el mercado a usuarios de menor poder adquisitivo, reduciendo costos con materiales alternativos pero con el mismo funcionamiento y servicio que brinda el producto.

Promoción

En cuanto a la promoción y el mercado de destino de los productos Cánelli es fundamental tener en cuenta que Brasil es el país que mayor gasto realiza en publicidad, llegando a los 30 billones de dólares en el año 2018⁴³.

Gráfico (11): Gasto de publicidad en Brasil



Fuente: eMarketer⁴⁴

Por otra parte, Brasil prohíbe la publicidad para niños, niñas y adolescentes aprobando la Ley en abril del 2014. Por esta razón, optaremos por realizar la publicidad directamente dirigida al adulto responsable ya que es quien tomará la decisión final de la compra del producto⁴⁵

⁴³ Brasil es el país en Latinoamérica que más gasta en publicidad. MARKETING DIRECTO. 17 de diciembre de 2014. <<https://www.marketingdirecto.com/marketing-general/latinoamerica/brasil-es-el-pais-en-latinoamerica-que-mas-gasta-en-publicidad>> [Consulta: 22 may. 2019].

⁴⁴ Mobile Ad Spending Share in Brazil, 2015-2021 (% of total digital ad spending). EMARKETER. 19 de mayo de 2017. <<https://www.emarketer.com/Chart/Mobile-Ad-Spending-Share-Brazil-2015-2021-of-total-digital-ad-spending/208204>> [Consulta: 22 may. 2019].

⁴⁵ Brasil: Prohíbe el Marketing y Publicidad directa a los Niños por considerarla perjudicial. PORTAL DEL CONSUMIDOR: PROTECTORA. <<http://www.protectora.org.ar/publicidad/brasil-prohíbe-el-marketing-y-publicidad-directa-a-los-ninos-por-considerarla-perjudicial/24772/>> [Consulta: 25 may. 2019].

Estrategia de promoción

Estrategia de promoción Push

Cánelli deberá realizar una estrategia de promoción push en la cual tendrán participación en ferias internacionales con stand propio, rondas de negocios, eventos en shoppings donde el usuario puede tener una experiencia previa a su compra con el producto.

Estrategia de promoción Pull

Respecto a la estrategia de promoción pull, la empresa contará con perfiles exclusivos para Brasil en las redes sociales como Facebook e Instagram, además de una página web en inglés y portugués con los detalles técnicos, funcionamiento del producto, ilustraciones de los distintos diseños, puntos de venta, proceso de producción y certificaciones con las que cuenta.

En el perfil de Facebook se invertirá en publicidad paga para poder captar a los potenciales consumidores, enfocándose en el mercado objetivo. En los primeros 12 meses es fundamental el uso de la publicidad paga para que la marca se conozca en el mercado.

Exposiciones internacionales

Para la promoción del producto, la firma tendrá presencia en una feria internacional llamada Exposec.

Foto (5): Exposec feria internacional



Fuente: EXPOSEC⁴⁶.

Exposec es una feria internacional de seguridad, celebrada una vez por año en la ciudad de São Paulo, Brasil. La misma busca conectar personas y tecnologías para un mundo más seguro. Está organizada por “Cipa Fiera Milano” y realizada por “Abese” (Asociación Brasileña de las Empresas de Sistemas Electrónicos de Seguridad), y es el único evento de Brasil en reunir las últimas tecnologías, productos y servicios para el sector de seguridad. Se categoriza dentro de las áreas de:

- Electrónica
- Seguridad
- Seguridad hogar
- Seguridad laboral
- Servicios de seguridad

⁴⁶ Página oficial de la EXPOSEC. <<https://exposec.tmp.br/16/>> [Consulta: 20 may. 2019].

- Sistemas de seguridad
- Tecnología de seguridad

El evento busca atraer compradores tanto nacionales como internacionales, de toda la cadena productiva en un área de 40 mil m² brindando el ambiente ideal para la generación de negocios y networking.

Cuenta con 800 marcas expositoras y aproximadamente 45 mil visitantes, con la finalidad de conectarlos cara a cara para fortalecer sus redes y ampliar sus experiencias en últimas tendencias en los segmentos de Seguridad Electrónica, Privada, Personal, Pública, Patrimonial y Empresarial.

Foto (6): Planta de la feria



Fuente: EXPOSEC⁴⁷.

Por otro lado, la feria ofrece un tratamiento diferenciado para aquellas empresas que participan por primera vez ya que busca englobar empresas de todos los tamaños y segmentos de la Industria de Seguridad. El programa “1ª Participación EXPOSECIÓN” ofrece una atención personalizada de acuerdo con el porte del cliente, principalmente, el pequeño

⁴⁷ Planta de la Exposición. Página oficial de la EXPOSEC. <<https://exposec.tmp.br/16/planta-da-feira/>> [Consulta: 20 jun. 2019].

empresario que a menudo necesita soporte e infraestructura para formar parte de una feria con grandes dimensiones como la EXPOSEC. Al formar parte del espacio 1ª Participación EXPOSEC, Cánelli recibirá un paquete de servicios diferenciado que facilitará la participación en la feria:

- Estante de 9 m² en área demarcada en la planta.
- Montaje básico (piso, paredes divisorias, 1 mesa, 4 sillas, 1 mostrador, prueba con logo de la empresa).
- 1 kVA.
- Tasa del Ayuntamiento.

Se necesita una inversión de: R \$ 10.200,00 (USD 2.700).

Parcelamento: sin intereses hasta la realización del evento.

La feria se encuentra ubicada en Endereço: Rodovia dos Imigrantes, KM 1,5 – Água Funda, São Paulo – SP, 04329-100.

Foto (7): Mapa de ubicación de la feria internacional



Fuente: Google maps.

Estrategia de comunicación

Se llevará a cabo la publicidad BTL, lo que significa que la marca será publicitada en medios digitales mediante anuncios y publicidad paga. Esta estrategia permite recuperar el gasto en menor tiempo.

Distribución

Estrategia de distribución

Para la exportación la empresa Cánelli utiliza un canal indirecto debido a que se trabajará con un intermediario local en Brasil: “FAST SHOP”, tienda de gran renombre en el mercado meta, donde los habitantes de São Paulo asisten allí cuando necesitan comprar un producto electrónico ya sea para el hogar o de uso personal (como es en el caso de los relojes). La atención brindada en el local es lo que más resaltan los consumidores de la tienda, y se pueden observar las referencias en su página web⁴⁸. Con FAST SHOP se llevará a cabo un contrato de exclusividad en productos de las características que presenta el reloj, asegurándonos de esta forma el manejo total del mercado hasta poder establecernos firmemente y que los usuarios conozcan la marca. Adicionalmente, como exportadores, nos encargaremos de la estrategia de marketing, publicidad y aceptación de potenciales riesgos.

A su vez, se utiliza una estrategia de distribución selectiva, la cual se aplica a São Paulo donde se estudió la efectividad de la venta del producto y dónde se encuentra presente una mayor probabilidad de presencia del segmento al cual va dirigido.

⁴⁸ Página oficial de FASTSHOP: <<https://www.fastshop.com.br>> [Consulta: 28 may. 2019].

Foto (8): Local “FAST SHOP”



Foto (9): Local “FAST SHOP”



Fuente: Fast Shop página oficial⁴⁹

⁴⁹ Localize a loja mais próxima. FASTSHOP. <<https://www.fastshop.com.br/web/i/lojas>> [Consulta: 28 may. 2019].

Distribución Física Internacional

ORDEN DE COMPRA N°: **001**

IMPORTADOR: **Fast Shop SA.**

MERCADERÍA: **Relojes digitales con GPS**

NCM: **8526.91**

PESO: **112,45 kg**

PRECIO:

CFR UNITARIO: **USD 35**

CFR TOTAL: **USD 224.000,00**

TIEMPO DE TRÁNSITO EN BUENOS AIRES: 4 o 5 días aproximadamente:

TRASLADO DE LA MERCADERÍA: Desde la fábrica (Parque Patricios) hasta Megatom (Depósito Fiscal): 1:30 hs.

DEPÓSITO FISCAL Y CONSOLIDACIÓN EN EL MISMO: 2 a 3 días.

LUGAR DE EMBARQUE: Puerto de Buenos Aires. 1 o 2 días para la salida del buque.

LUGAR DE DESTINO Y ENTREGA: **Santos – Brasil.**

TRANSBORDOS: **SI – SANTOS / São Paulo**

TRANSIT TIME: 7 días vía marítima / 6hs a São Paulo.

EMBARQUES PARCIALES: **SI (JUNIO Y DICIEMBRE)**

Transporte internacional

Los relojes serán exportados desde el puerto de Buenos Aires hasta el puerto de Santos. El proceso comienza con la logística interna, que quedará a cargo de Cánelli SRL, quien transportará el producto desde la fábrica ubicada en la localidad de Parque Patricios hasta Megatom, depósito fiscal (Avellaneda, CABA).

Allí se realizará la consolidación de la mercadería en un contenedor de 20' estándar, siendo el próximo paso trasladar la mercadería al puerto de Buenos Aires donde se cargará al medio de transporte internacional.

El traslado internacional se realizará por vía marítima debido tanto a la relación volumen/peso de la mercadería a transportar como los costos por las distancias hasta el puerto de Santos, Brasil.

Comercio exterior y logística internacional

Inscripción de la empresa como exportadora

Con el objetivo de internacionalizar la empresa y para realizar la primera exportación es requisito excluyente, para la Argentina, la inscripción como Sociedad importadora y exportadora ante la Dirección General de Aduanas (DGA). Cabe destacar que el trámite es gratuito y obligatorio. Los requisitos para dicho trámite son:

- Encontrarse dado de alta en los impuestos al Valor Agregado, Ganancias o en el Régimen.
- No hallarse en estado de falencia.
- No contar con antecedentes en el Registro de Infractores.
- Para personas jurídicas: tener declarados socios e integrantes de los órganos de administración y fiscalización en ejercicio, según el tipo societario de que se trate.
- Poseer el alta en el Sistema de Comunicación y Notificación Electrónica Aduanera (SICNEA) y en el Sistema Informático de Trámites Aduaneros (SITA).
- Acreditar solvencia económica o constituir garantía.
- Declaración jurada manifestando no estar comprendido en los supuestos del Artículo 94, Apartado 1, inciso d) del Código Aduanero. Para las personas jurídicas el requisito se extiende a sus directores, administradores o socios ilimitadamente responsables.

Certificado de antecedentes expedidos por autoridad policial o por el Registro Nacional de Reincidencia. Para las personas jurídicas el requisito se extiende a sus directores, administradores o socios ilimitadamente responsables

Posición arancelaria

Luego de consultar con la plataforma Lackout, y con el despachante de aduanas de la empresa, se determinó que la posición arancelaria del producto en cuestión es 8526.91.00, clasificando al mismo como aparato receptor de sistema de posicionamiento global.

Foto (10): Posición arancelaria



Inicio | Boletín oficial | Índice | Ayuda

Ingresar codificación o texto a consultar

Nomenclador (1)

Partida	Textos
8526.91.00.100Z	<ul style="list-style-type: none">Aparatos receptores de sistema de posicionamiento global (GPS) <p>▲ Información</p> <ul style="list-style-type: none">▼ Importación▲ Exportación<ul style="list-style-type: none">▲ Aranceles / Reintegros<ul style="list-style-type: none">Reintegros RE 5,00%Derechos Exportación DE 0,00% <p>Corresponde 12%</p>

Fuente: Lackut

Lo que respecta a los reintegros, según la posición arancelaria corresponde un 5% sobre el precio FOB (USD 234.935,26).

Los requisitos para poder gozar del incentivo son⁵⁰:

- Que Cánelli se encuentre habilitado como exportadora.
- Se haya registrado el “cumplido” de embarque de la operación.
- El “cumplido” se haya registrado “conforme” o bien se haya presentado la Declaración post-embarque bajo el procedimiento pertinente.
- Que la firma haya presentado la factura comercial y demás documentos requeridos.
- Se haya efectuado, cuando así corresponda, el cruce informático con el manifiesto de exportación para la vía marítima.
- No se presenten bloqueos de la empresa para el cobro de beneficios.

⁵⁰¿Qué requisitos deben cumplirse para que se efectúe el reintegro?. AFIP.
<<http://www.afip.gov.ar/beneficiosdeexportacion/#ver>> [Consulta: 10 jun. 2019].

- Declarar la CBU de la firma para la acreditación de fondos.
- No se registren incumplimientos fiscales.

Documentación

Para proceder a la consolidación del contenedor es necesaria la siguiente documentación:

- Permiso de embarque: Gestionado por el despachante de Aduana en base a la información del contrato de venta.
- Certificado de Senasa: Es emitido por la oficina local de Senasa.
- Remito- Resguardo: Acompaña al camión desde la fábrica ubicada en Parque Patricios donde se carga la mercadería al camión hasta el depósito fiscal, requisito obligatorio para el acceso al mismo.

Por otro lado, la documentación exigida para el ingreso del contenedor al puerto de Buenos Aires y para el ingreso de las mercaderías al puerto de Santos es:

- Permiso de embarque gestionado por el despachante de Aduana.
- Certificado de Senasa.
- Factura Comercial (Factura electrónica “E”).
- Lista de Empaque.
- Bill of Lading.
- Certificado de Origen.

Estrategia de Inserción

Cánelli llevará a cabo la estrategia de internacionalización de *exportación directa*. La empresa realizará el proceso productivo y el envasado en sus instalaciones en Buenos Aires - Argentina, y luego se encargará de todo lo necesario para la exportación de los relojes. Por otro lado, se trabajará con el distribuidor FAST SHOP ubicado en São Paulo dentro del Shopping Iguatemi, quien actuará como intermediario de ventas para llegar al consumidor final, es decir utilizará su local propio para distribuir el producto.

Los beneficios para Cánelli de utilizar esta estrategia son por un lado el control de todos los procesos de fabricación de los productos, genera un mayor control sobre las ventas

pudiendo desarrollar un análisis de los consumidores, y permite interactuar directamente con el cliente lo que provoca un elevado nivel de confianza.

Incoterm

La comercialización se realizará bajo la condición de venta CFR (Cost and Freight). La empresa asumirá los costos de la operación hasta que la mercadería se encuentre arribada en el puerto de Santos, a bordo del buque.

El vendedor debe hacerse cargo del flete interno desde la planta en Parque Patricios hasta la Terminal 4 (APM), manipuleo de la mercadería hasta que la misma se encuentre sobre el buque, viaje internacional hasta el puerto de Santos y los documentos necesarios para la exportación de la misma.

El importador, deberá hacerse cargo del seguro internacional de la mercadería, los gastos en destino, el despacho de aduana en destino, el pago de aranceles y el flete interno desde Puerto de Santos hasta São Paulo, depósito de FAST SHOP.

Foto (11): Incoterm CFR



Fuente: Área de Pymes⁵¹

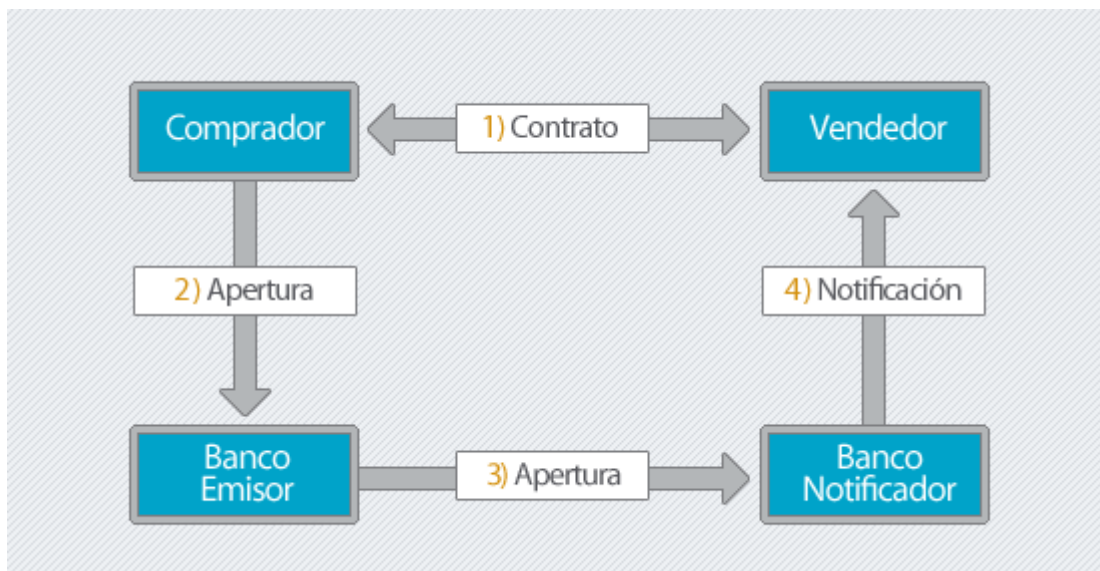
⁵¹ Guía de incoterms 2010. AREA DE PYMES. <<https://www.areadepymes.com/?tit=cfr-cost-and-freight-guia-de-incoterms-2010&name=Manuales&fid=em0bcdf>> [Consulta: 5 may. 2019].

Medio de pago

En cuanto al instrumento de pago, el medio que se considera dentro de las opciones más seguras para la firma, es la *carta de crédito* de financiación con cláusula roja. De esta manera, Cánelli se asegurará de cobrar el 60% de la factura seis meses antes del embarque para poder producir la mercadería cubriendo los costos necesarios para la misma, proporcionando el cumplimiento del pago a proveedores en tiempo y forma.

Este medio de pago le permite a la empresa hacerse de fondos con anterioridad a la entrega de la documentación definitiva del crédito contra simple recibo a cuenta del precio.

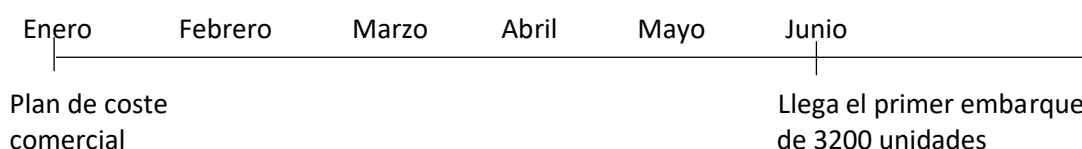
Gráfico (12): Proceso de apertura de la Carta de crédito



Fuente: elaboración propia.

Planeamiento de embarques

Conforme al proyecto, los embarques se realizarán de forma semestral, es decir que se efectuarán dos embarques anuales. Según la investigación llevada a cabo, se pudo concluir que durante la temporada de vacaciones escolar de los niños es el momento donde los mismos se encuentran realizando actividades fuera de sus hogares.



Por otro lado, teniendo en cuenta los 7 días de tránsito hasta São Paulo, se estipularon los siguientes embarques:

Tabla (7): Embarques proyectados

Embarques proyectados a 5 años según logística					
	2020	2021	2022	2023	2024
Enero	0	0	0	0	0
Febrero	0	0	0	0	0
Marzo	0	0	0	0	0
Abril	0	0	0	0	0
Mayo	0	0	0	0	0
Junio	3.200	4.000	4.400	4.800	5.200
Julio	0	0	0	0	0
Agosto	0	0	0	0	0
Septiembre	0	0	0	0	0
Octubre	0	0	0	0	0
Noviembre	0	0	0	0	0
Diciembre	3.200	4.000	4.400	4.400	5.200
TOTAL	6.400	8.000	8.800	9.200	10.400

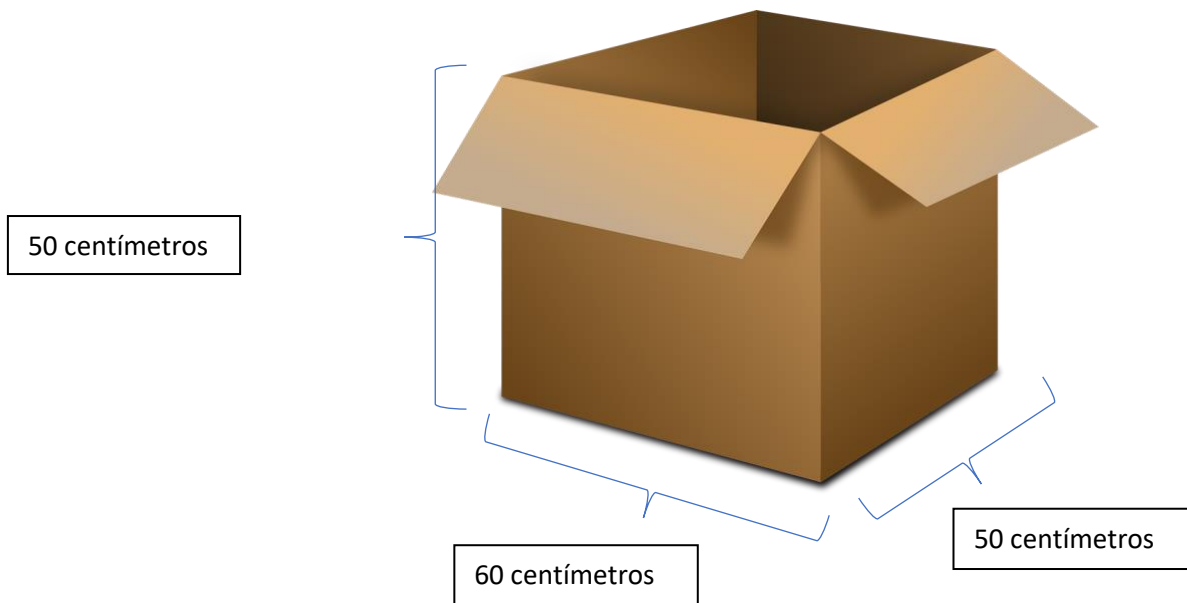
Unitarización y consolidación

En cuando a la distribución internacional se va a tener en cuenta la unitarización de la mercadería a través de la paletización y la contenedorización.

Los relojes van a ser comercializados dentro de un packaging de 25 centímetros de largo, 5 cm de ancho y 3 centímetros de alto, posicionando el reloj a lo largo de la misma y completando un peso total de 0,028 kg por unidad.

A su vez, los relojes en sus respectivos packaging van a ser acomodados en cajas de cartón de exportación, de forma tal que en las mismas entran un total de 400 unidades. Las mismas deben cumplir con características de seguridad y estar adaptadas a nuestro tipo de carga, ya que son fundamentales para que lleguen los productos a destino en óptimas condiciones.

Foto (12): Caja de exportación



Fuente: elaboración propia

Las cajas irán en pallets estándar donde se transportarán 8 cajas, siendo posible colocarlas en un solo pallet. Por lo tanto, se realizará la exportación en un contenedor de 20' en condición LCL. El peso total de la carga será de 112,45 kilos.

La demanda del primer año (2020) se estiman 6.400 unidades, por lo que corresponden a 16 cajas anuales. Se decidió durante este período realizar embarques semestrales, transportando la primera mitad en junio y la otra mitad en diciembre.

Rotulado

El rotulado es de gran importancia para la distribución física internacional, ya que facilita la manera de identificar rápidamente cada pieza de la carga, el manipuleo, permite una rápida localización y agiliza el proceso cuando hay que controlar las cantidades físicas con los documentos.



Fuente: Magudefe⁵².

Existen diferentes tipos de marcas que se van a utilizar en las cajas a exportar por Cánelli:

- Marcas de expedición: con la información necesaria para la entrega del embalaje, como los datos del comprador, destino, país, dirección.
- Marcas informativas: contienen la información sobre el producto y deben estar separadas por las marcas de expedición.
- Marcas de manipuleo: se agregan las instrucciones básicas o símbolos internacionales sobre cómo tratar la manipulación de los embalajes.

Es importante tener en cuenta este punto ya que en los últimos años se ha dado el incremento de la variedad de productos que ofrecen las actuales vías de distribución e intercambio de presentación y promoción de los mismos.

Por otro lado, en el rotulado del embalaje deben agregarse datos como: el peso total, la cantidad de empaques, país, datos del exportador y del consignatario.

Todo debe ir en su lugar según lo indicado en la norma ISO 7000.

El material de las marcas debe ser resistente al manejo y todos los contenedores deben estar visiblemente etiquetados y marcados en el idioma del país de destino (portugués).

⁵² Logística 430812: Marcado y rotulado. BLOGSPOT. Juan Urrego. 27 de mayo de 2013. <<http://magudefe.blogspot.com/2013/05/logistica-430812.html>> [Consulta: 28 may. 2019].

Por último, deben tenerse en cuenta algunos signos pictóricos que indican el cuidado que se debe tener con la carga, siendo que la misma se trata de relojes, el embalaje va a integrar los siguientes pictóricos:



Fuente: Encaja⁵³.

⁵³ Los Símbolos ISO Para Embalajes. ENCAJA. Jorge Pardo Vicente. 28 de septiembre de 2015. <<http://blog.cajaeco.com/los-simbolos-iso-para-embalajes/>> [Consulta: 28 may. 2019].

Análisis de riesgos

Al llevar a cabo el proyecto, la empresa se verá enfrentada en riesgos en mayor y menor medida, los cuales deben ser identificados y analizados anteriormente de la ejecución del plan de negocios.

Los riesgos más relevantes para la exportación de relojes GPS son:

- *Riesgo político:* el riesgo país de Brasil es de 247 puntos⁵⁴, encontrándose en el puesto número seis de toda Latinoamérica lo que significa que presenta moderados riesgos en cuanto al manejo fiscal del gobierno. Por lo contrario, Argentina se encuentra notablemente por debajo de Brasil, en un puesto once.
- *Riesgo de política de exportación:* el riesgo de que Argentina cambie sus políticas de exportación dentro del plazo establecido en el presente negocio son muy altas debido a que durante el 2019 el país enfrentará elecciones presidenciales pudiendo ser la posibilidad de un cambio de gobierno con nuevos ideales que influyan en la exportación del producto.
- *Riesgos de políticas de importación:* el riesgo de que Brasil modifique sus políticas de importación es bajo, debido a que su actual presidente Bolsonaro asumió la candidatura en el año 2019 con planes de expandir las negociaciones con nuevos mercados y afianzar las mismas con los países ya establecidos por lo que Argentina se encuentra dentro de ellos.
- *Riesgo de colocación de producto:* se relaciona con la posibilidad de que nuevas empresas brasileras no aceptaran comprar los relojes Cánelli, lo que no le permitiría a la marca crecer en el país meta, dándole el lugar a nuevos competidores.
- *Riesgo transporte:* se puede mencionar que la seguridad e integridad del producto puede verse como un riesgo durante el tiempo de transporte, debido a que a mercadería sufrirá un trasbordo en la ciudad de Santos. Esto puede llegar a ser posible, pero la empresa transportista contratada será de confianza, priorizando los cuidados indicados anteriormente teniendo en cuenta todas las precauciones posibles para evitar dicho riesgo.

⁵⁴ Riesgo país. PUENTE. . <<https://www.puentenet.com/cotizaciones/riesgo-pais>> [Consulta: 19 jun. 2019].

Plan de contingencia

A continuación, se propone una serie de procedimientos alternativos al funcionamiento normal de la organización en caso de que alguna de sus funciones usuales se vea comprometida por una contingencia interna o externa, a fin de intentar garantizar la continuidad del funcionamiento de la organización frente a cualquier eventualidad.

Producto

Este plan de contingencia está relacionado con el proveedor de partes del producto y con la producción: en el caso que el proveedor usual presente problemas con la productividad de las mismas, se recurrirá a una segunda empresa que provea la fabricación por un período de tiempo mientras se evalúa la posibilidad de volver al productor original.

Precio

En el caso de ver alterado el precio de nuestro producto por alza en el costo de fabricación o por la suba de inflación, se procederá a mover los márgenes buscando el equilibrio y proyectando vender las unidades propuestas en el tiempo pactado.

Distribución

Si falla la cadena de distribución del punto de venta FAST SHOP afectando los envíos o despachos por volumen/cliente, se procederá a contactar puntos de venta alternativos en los lugares donde la empresa no este distribuyendo de forma eficiente los productos.

Promoción

En el caso que exista alguna promoción que no esté dando los resultados esperados, o la inversión sea muy poco rentable, se va proceder a eliminar y reinvertir en otra estrategia de comunicación dentro de los elementos del mix. Llegado el caso se podrá evaluar la implementación de publicidad ATL, por ejemplo en diarios, publicidad en televisión, carteles en las calles, etc.

Análisis financiero

Proyección de la inflación y tipo de cambio

Para estimar el tipo de cambio, se partió de la evaluación anual recabada por el BNA, analizando las variaciones promedio que hubo en cada año generando un dólar futuro. Por otro lado, se tomó la evaluación proyectada de la inflación anual percibida por el INDEC, comparando la misma con datos históricos desde el año 2014 al 2019, obteniendo una variación promedio con el propósito de poder analizar los datos para una nueva proyección desde el vigente año hasta el 2024.

Una vez calculados estos índices, se pasó a proyectar el tipo de cambio esperado durante el período del proyecto. Para esto, se partió del tipo de cambio actual en el 2019 y se lo varió según la inflación proyectada, manteniendo así la relación normal de la economía argentina entre inflación y tipo de cambio.

Tabla (8): Inflación proyectada

Inflación proyectada					
2019	2020	2021	2022	2023	2024
53,30%	48%	43%	38%	33%	28%

Fuente: Elaboración propia según proyección análisis de datos INDEC e histórico

Tabla (9): Tipo de cambio proyectado.

Tipo de cambio proyectado	
Año	Promedio
2019	47,08
2020	69,81
2021	100,04
2022	138,36
2023	184,43
2024	236,62

Fuente: Elaboración propia

Costo del proyecto

Costo de la mercadería vendida

El costo de los productos Cánelli se calcula en base a un lote de 6400 relojes. El cálculo contempla las materias primas que son las mallas de goma, el soporte de la pantalla y la pantalla digital. También se tiene en cuenta la mano de obra de la producción tercerizada, electricidad, desarrollo del sistema satelital, costos de estructura de fábrica e impuestos abonados.

La totalidad de estos costos tiene un valor de USD 41.147,11 por embarque en el primer año. A continuación se detallan los costos unitarios de producción proyectada anual, los cuales están ajustados de acuerdo a la inflación de cada año.

COSTO DE MERCADERÍA VENDIDA	
AÑO 2020	USD 82.294,21
AÑO 2021	USD 102.867,76
AÑO 2022	USD 113.154,54
AÑO 2023	USD 118.297,93
AÑO 2024	USD 133.728,09

Valor CRF Santos

A continuación, se detallaran los costos incluidos en el precio de exportación utilizados para obtener el precio CFR de los productos Cánelli.

El presente análisis toma en cuenta la proyección del tipo de cambio calculado con anterioridad para el primer año del proyecto.

Estos datos se concentran en el siguiente cuadro:

EMBARQUES AÑO 1 - 2020			
CONCEPTO	UNIDADES	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Producción	6.400	USD 23,92	USD 153.101,30
Utilidad pretendida (50%)		USD 11,96	USD 76.550,65
Valor EXW		USD 35,88	USD 229.651,94
4 . Deposito Fiscal			
4.1 Consolidación			USD 332,75
4.2 Bajada a piso			USD 278,30
6. Gastos en terminal			
6.1 Ingreso terminal portuaria			USD 258,72

6.2 Flete interno			USD 80,00
6.3 GATE			USD 54,45
6.4 VGM			USD 302,50
6.5 CFS			USD 50,00
6.6 Control de precinto			USD 20,00
6.7 Mantenimiento del contenedor			USD 20,00
6.8 Seguro del contenedor			USD 130,00
6.9 Handling			USD 250,00
7. Documentacion			
7.1 Emision BL			USD 78,65
7.2 Certificado de origen			USD 7,16
7.3 Manejo de documentación			USD 150,00
8. Gastos agencia			
8.1 Seal Fee			USD 10,00
8.2 THC 20 ST			USD 150,00
8.3 TOLL			USD 90,00
8.4 Digitalizacion			USD 20,00
8.5 SIM			USD 10,00
9 Gastos Bancarios			
9.1 Apertura de carta de crédito			USD 500,00
9.2 Courier			USD 40,00
9.3 Mantenimiento			USD 200,00
9.4 Swift			USD 30,00
Subtotal			USD 3.062,53
Valor en Aduana			USD 232.714,48
Reintegro (5%)			-USD 11.746,76
Tasa Estadística			USD 0,00
Derechos de Exportación			USD 0,00
Arancel SIM			USD 10,00
Despachante de Aduanas			USD 2.327,14
Valor FOB		USD 34,89	USD 223.304,86
10. Flete internacional			USD 600,00
Valor CFR		USD 34,99	USD 223.904,86
11. Seguro internacional			USD 120,00
Valor CIF		USD 35,00	USD 224.024,86
Gastos en terminal, agencia y flete interno			USD 1.628,84
Derechos de Importacion (0%)			USD 0,00
Valor DDP		USD 35,26	USD 225.653,70
Utilidad distribuidor (50%)		USD 17,63	USD 112.826,85
ICMS (18%)			USD 133.135,68
Precio Venta final sugerido		USD 38,43	USD 245.962,53

A continuación se detallan los costos proyectados CFR:

Valor CRF	Costo
Año 2020	USD 34,99
Año 2021	USD 24,35
Año 2022	USD 22,00
Año 2023	USD 21,55
Año 2024	USD 14,25

Dichos costos se logran a través de un análisis financiero donde se lograron economías de escala, en el cual las variaciones de las cantidades proyectadas a producir son mayores a la proporción del aumento anual de los costos logísticos.

Variación de cantidades	25,00%
Aumento anual	15,00%

Inversión inicial

Para el cálculo de la inversión inicial se tomaron en cuenta, por un lado, los costos fijos fundamentales para el inicio de la compañía, siendo los mismos:

Costos fijos	2019
Concepto	Momento 0
Sistema satelital	\$ 130.000,00
Diseñador freelance	\$ 30.000,00
Sueldos del personal	\$ 2.190.000,00
Alquiler	\$ 244.400,00
Luz	\$ 60.000,00
Agua	\$ 15.000,00
Internet	\$ 24.000,00
ABL	\$ 2.700,00
Seguro	\$ 19.500,00
Registro de marca	\$ 4.600,00
Patentamiento de producto	\$ 7.500,00
Abono matafuegos	\$ 9.000,00
Total CF	\$ 2.736.700,00
Total en USD	USD 58.134,89

En el detalle se tienen en cuenta los costos de preparación de muestras, sueldos del personal para poder formar la empresa, costos del inmueble, entre otros. Dichos costos corresponden al período de inicio en junio del año 2019 hasta diciembre del mismo,

Por otro lado, los costos comerciales necesarios para la inserción de la marca en el mercado son:

Costos de comercialización	Momento 0
Año	2019
Ferias Internacionales	USD 3.000,00
Ronda de negocios	USD 300,00
Impresión de folletería	USD 500,00
Diseño Web Site	USD 637,28
Muestras	USD 500,00
Courier	USD 2.500,00
Hosting	USD 63,73
Webmaster	USD 1.274,56
Banners	USD 100,00

Asesores/Consultores	USD 1.380,78
Pasajes Aéreos	USD 1.560,00
Alojamiento	USD 700,00
Viáticos (por estadía)	USD 280,00
Publicidad	USD 0,00
TOTAL	USD 12.796,35

En conclusión, los costos detallados anteriormente suman una inversión inicial de USD 70.931,24.

Inversión de activos fijos

En cuanto a la inversión en activos fijos, se comprará una máquina envasadora a través del préstamo solicitado al banco Credicoop por USD 50.000,00.

La maquinaria tendrá una amortización anual lineal del 10% durante sus diez años de vida útil, equivalente a USD 5.000,00. Al finalizar el proyecto, la maquinaria contará con un valor residual de USD 25.000,00 correspondiente a los cinco años del proyecto.

Concepto	USD
Valor Origen Maquinarias	USD 50.000,00
Amortización anual	USD 5.000,00
Amortización acumulada	USD 25.000,00
Valor Residual Año 5	USD 25.000,00
Venta Maquinarias	USD 0,00
Valor Residual	USD 25.000,00
Resultado Bruto	-USD 25.000,00
Ahorro Impositivo (35%)	USD 8.750,00
Flujo Año 5	USD 8.750,00

Estructura del capital

El capital de la empresa está compuesto por un 49% de deuda, y un 51% de aporte de los socios.

La deuda está representada por el valor total de la máquina ensambladora cuyo valor está cubierto por el préstamo a 60 meses en el momento 0 (2019). Dicha financiación se dará con un interés del 22,5%, resultando una cuota mensual de USD 1.386,40 mediante una amortización de sistema Francés, hasta su devolución total en el año 2024.

CAPM y WACC

Para la evaluación del CAPM se tuvieron en cuenta los siguientes datos:

- Para calcular la Tasa Libre de Riesgo (Rf) se tomó la rentabilidad del bono de los Estados Unidos por un total de 2,06% anual.
- Para el rendimiento del Portafolio del Mercado (Rm) se tuvo en cuenta una tasa de 13,32% anual.
- Finalmente, se obtuvo el Beta evaluando la situación financiera de una empresa del mismo rubro (CASSIO), cuyo valor encontrado es de 0,96.
- El riesgo país de Argentina, actualmente es de 8,35%.

Con todos los datos mencionados, logramos obtener un rendimiento del Equity del:

$$KE = 21,22\%$$

Teniendo en cuenta el dato mencionado, se puede llegar a la obtención del WACC por un:

$$WACC = 15,97\%$$

VAN Y TIR

Luego de realizar el análisis financiero, se puede afirmar que el proyecto es rentable para Cánelli SRL, basándose en que el VAN es positivo, es decir que el proyecto genera un rendimiento para la empresa en USD 83.093,74.

La tasa interna de retorno será del 22,17%, por encima del WACC de la compañía.

VAN	
Inversión Inicial	-USD 70.931,24
Flujo Año 1	-USD 11.939,5
Flujo Año 2	USD 29.293,62
Flujo Año 3	USD 39.716,39
Flujo Año 4	USD 45.115,47
Flujo Año 5	USD 51.839,00
Valor Actual Neto	USD 83.093,74

TIR	22,17%
------------	---------------

Índice de rentabilidad

Realizado el análisis necesario, se encontró que al invertir USD 1 en el proyecto, descontado a valor presente, se ganan USD 1,22 de utilidad adicional.

Índice de Rentabilidad	
Valor actual de los flujos futuros	USD 86.609,49
Inversión Inicial neteada	USD 70.931,24
IR	USD 1,22

Recupero de la inversión (Payback)

El período de recupero del proyecto es de 3 años y 4 meses si no se descuentan los flujos. Sin embargo, si se considera el valor del tiempo del dinero, el Payback de los flujos descontados por la tasa WACC será de 4 años y 10 meses.

Payback			
II + Flujo del año 1	-USD 82.870,74	1	año
II + Flujo del año 2	-USD 53.577,12	2	años
II + Flujo del año 3	-USD 13.860,74	3,00	años
II + Flujo del año 4	USD 31.254,73	-3,69	4 meses
TIEMPO DE RECUPERO	3 años y 4 meses		

Payback actualizado			
II + Flujo del año 1	-USD 80.780,73		
II + Flujo del año 2	-USD 60.845,19		
II + Flujo del año 3	-USD 38.547,90		
II + Flujo del año 4	-USD 17.653,25	4,00	años
II + Flujo del año 5	USD 2.152,62	10,70	meses
TIEMPO DE RECUPERO	4 años y 10 meses		

Conclusión

Tras haber realizado el presente informe y haber concluido con la investigación, se puede afirmar que el proyecto basado en la exportación de relojes con GPS para niños representa un negocio viable para la empresa Cánelli.

El mercado de relojes en Brasil, específicamente São Paulo posee una inseguridad creciente donde sus habitantes manifiestan la necesidad de una solución a corto plazo.

Por otro lado, el entorno macroeconómico y microeconómico del país de destino son favorables para llevar a cabo el proyecto, brindando tranquilidad familiar y una acentuada oportunidad de negocio.

A su vez Cánelli brinda una propuesta de valor diferenciada, no sólo basada en la alta calidad del sistema satelital, sino también ofreciendo un servicio de seguridad no reconocido popularmente, donde además dichos relojes cuentan con atractivos diseños de la marca. Estos elementos lo diferencian ampliamente de los competidores existentes en el mercado, satisfaciendo la necesidad de seguridad del adulto responsable y atrayendo la atención de los niños generando una experiencia divertida para ellos.

A través del análisis financiero realizado se puede determinar que el proyecto crea valor para la compañía al presentar una TIR y VAN positivos, y mayores al costo de llevarlo a cabo. Adicionalmente, el proyecto cuenta con un Payback o recupero de la inversión inicial de 3 años y 4 meses.

Se puede concluir entonces que llevar a cabo este proyecto de exportación no solo generará ganancias y prestigio para Cánelli, sino que además le servirá como una oportunidad para ingresar a nuevos mercados y expandir la presencia comercial de la compañía a nivel internacional.

Bibliografía

- Tras un año de violencia, Brasil rompe sus récords de homicidios. THE NEW YORK TIMES (ESPAÑOL). 15 de agosto de 2018. <<https://www.nytimes.com/es/2018/08/15/brasil-homicidios-record-violencia/>> [Consulta: 17 abr. 2019].
- América Latina es la región con la mayor tasa de homicidios del mundo. CNN EN ESPAÑOL. 27 de abril de 2018. <<https://cnnespanol.cnn.com/2018/04/27/america-latina-es-la-region-con-la-mayor-tasa-de-homicidios-del-mundo/>> [Consulta: 10 jun. 2019].
- Brasil: El reto y la oportunidad en infraestructura. BID INVEST. 15 de junio de 2018. <<https://blogs.iadb.org/bidinvest/es/brasil-el-reto-y-la-oportunidad-en-infraestructura/>> [Consulta: 20 abr. 2019].
- Nuevo superávit comercial de la Argentina con Brasil. TRADENEWS. 3 de febrero de 2019. <<https://tradenews.com.ar/comercio-externo-argentina-brasil/>> [Consulta 8 abr. 2019].
- Comercio de Argentina con Brasil. Ministerio de Hacienda. Trabajo realizado por la Lic. Silvina Costantino. <www.economia.gob.ar/cuentas/internacionales/comercio_brasil/introduccion.htm> [Consulta: 8 abr. 2019].
- Nuevo superávit comercial de la Argentina con Brasil. TRADENEWS. 3 de febrero de 2019. <<https://tradenews.com.ar/comercio-externo-argentina-brasil/>> [Consulta 10 may. 2019].
- Los mejores relojes GPS para niños. SMARTWATCHZONE. 1 de noviembre de 2018. <<https://www.smartwatchzone.net/mejores-relojes-gps-ninos/>> [Consulta 10 may. 2019].
- ¿Cómo será la política exterior de Brasil con Bolsonaro? ESGLOBAL. 30 de octubre de 2018. <<https://www.esglobal.org/como-sera-la-politica-externo-de-brasil-con-bolsonaro/>> [Consulta: 29 abr. 2019].

- La política exterior y la posición de Brasil en el mundo. AMERICA LATINA EN MOVIMIENTO. 4 de enero de 2019. <<https://www.alainet.org/es/articulo/197373>> [Consulta: 29 abr. 2019].
- ¿Cuáles son las medidas que Bolsonaro quiere aplicar en Brasil? NOTIMÉRICA. 30 de octubre de 2018. <<https://www.notimerica.com/politica/noticia-cuales-son-medidas-bolsonaro-quiere-aplicar-brasil-20181030155551.html>> [Consulta: 28 may. 2019].
- Macri y Bolsonaro promueven una inédita alianza estratégica para las relaciones bilaterales entre Argentina y Brasil. INFOBAE. 17 de enero de 2019. <<https://www.infobae.com/politica/2019/01/17/macri-y-bolsonaro-promueven-una-inedita-alianza-estrategica-para-las-relaciones-bilaterales-entre-argentina-y-brasil/>> [Consulta: 29 abr. 2019].
- Información general de Brasil. BRASIL A LA CARTA. <<http://www.brasilalacarta.com/informacion-general-del-pais.viajes-a-brasil>> [Consulta: 19 abr. 2019].
- The World Factbook: SOUTH AMERICA: BRAZIL. CENTRAL INTELLIGENCE AGENCY. 11 de junio de 2019. <<https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/br.html>> [Consulta 19 abr. 2019].
- Field Listing : Economy – Overview. Brazil. CENTRAL INTELLIGENCE AGENCY. <<https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/fields/207.html#BR>> [Consulta 19 abr. 2019].
- Actualización de Perspectivas de la Economía Mundial, Enero de 2019. FONDO MONETARIO INTERNACIONAL. Enero de 2019. <<https://www.imf.org/es/Publications/WEO/Issues/2019/01/11/weo-update-january-2019>> [Consulta 28 abr. 2019].
- Inflación, precios al consumidor (% anual). GRUPO BANCO MUNDIAL. <<https://datos.bancomundial.org/indicador/FP.CPI.TOTL.ZG?end=2017&locations=B&start=2001>> [Consulta: 29 abr. 2019].

- Brasil ¿un país de clase media? BBC NEWS. 1 de octubre 2010.
<https://www.bbc.com/mundo/noticias/2010/10/100930_brasil_elecciones_clase_media_pea> [Consulta: 5 may. 2019].
- Modernización y clases sociales en Brasil. LA DIARIA. 30 de mayo de 2018.
<<https://ladiaria.com.uy/articulo/2018/5/modernizacion-y-clases-sociales-en-brasil/>> [Consulta: 20 may. 2019].
- La tecnología y los niños. FACEMAMA.COM. 8 de abril de 2019.
<<https://www.facemama.com/nino/la-tecnologia-y-los-ninos.html>>
- [Consulta: 31 may. 2019].
- La situación de violencia e inseguridad en Brasil fue expuesta ante la CIDH. DIARIO LIBRE. 9 de mayo de 2018. <<https://www.diariolibre.com/actualidad/justicia/la-situacion-de-violencia-e-inseguridad-en-brasil-fue-expuesta-ante-la-cidh-BJ9821892>> [Consulta: 31 may. 2019].
- El secuestro en Brasil “EL CRIMEN NO TIENE EDAD”. LOS OJOS DE LA VÍCTIMA.
<<https://losojosdelavictima.wordpress.com/el-secuestro-en-brasil/>> [Consulta: 31 may. 2019].
- Más de un centenar de personas son capturadas por pedofilia en Brasil. AGENCIA EFE. 28 de marzo de 2019. <<https://www.efe.com/efe/america/sociedad/mas-de-un-centenar-personas-son-capturadas-por-pedofilia-en-brasil/20000013-3937885>> [Consulta: 31 may. 2019].
- Estadísticas Mundiales de Bullying 2017/2018. Primer Trabajo Oficial en el Mundo contra el Bullying. BULLYNG SIN FRONTERAS. 28 de abril de 2019.
<https://bullingsinfronteras.blogspot.com/2018/10/estadisticas-mundiales-de-bullying_29.html> [Consulta: 17 may. 2019].
- Localize a loja mais próxima. FASTSHOP. <<https://www.fastshop.com.br/web/i/lojas>> [Consulta: 28 may. 2019].
- Estadísticas Mundiales de Bullying 2017/2018. Primer Trabajo Oficial en el Mundo contra el Bullying. BULLYNG SIN FRONTERAS. 28 de abril de 2019.

<https://bullingsinfronteras.blogspot.com/2018/10/estadisticas-mundiales-de-bullying_29.html> [Consulta: 17 may. 2019].

- Brasil: Economía y demografía. DATOSMACRO.
<<https://datosmacro.expansion.com/paises/brasil>> [Consulta: 31 may. 2019].
- En 2016 cayó la natalidad en Brasil. DATOSMACRO.
<<https://datosmacro.expansion.com/demografia/natalidad/brasil>>
[Consulta: 31 may. 2019].
- Brasil – Mortalidad. DATOSMACRO.
<<https://datosmacro.expansion.com/demografia/mortalidad/brasil>> [Consulta: 31 may. 2019].
- São Paulo. WIKIPEDIA. <https://es.wikipedia.org/wiki/São_Paulo>
[Consulta: 31 may. 2019].
- Brasil: Economía y demografía. DATOSMACRO.
<<https://datosmacro.expansion.com/paises/brasil>> [Consulta: 31 may. 2019].
- Brasil: Economía y demografía. DATOSMACRO.
<<https://datosmacro.expansion.com/paises/brasil>> [Consulta: 31 may. 2019].
- Las 9 certificaciones para la transformación digital. AENOR: LA REVISTA DE LA EVALUACIÓN DE LA CONFORMIDAD. <<https://revista.aenor.com/340/las-9-certificaciones-para-la-transformacion-digital.html>> [Consulta: 10 may. 2019].
- Brasil es el país en Latinoamérica que más gasta en publicidad. MARKETING DIRECTO. 17 de diciembre de 2014. <<https://www.marketingdirecto.com/marketing-general/latinoamerica/brasil-es-el-pais-en-latinoamerica-que-mas-gasta-en-publicidad>> [Consulta: 22 may. 2019].
- Brasil: Prohíbe el Marketing y Publicidad directa a los Niños por considerarla perjudicial. PORTAL DEL CONSUMIDOR: PROTECTORA.
<<http://www.protectora.org.ar/publicidad/brasil-prohíbe-el-marketing-y-publicidad-directa-a-los-ninos-por-considerarla-perjudicial/24772/>>
[Consulta: 25 may. 2019].

- Página oficial de la EXPOSEC. <<https://exposec.tmp.br/16/>> [Consulta: 20 may. 2019].
- Planta de la Exposición. Página oficial de la EXPOSEC. <<https://exposec.tmp.br/16/planta-da-feira/>> [Consulta: 20 jun. 2019].
- Ciclo de vida de un producto y sus etapas. EMPRENDER FÁCIL. 12 de junio de 2019. <<https://www.emprender-facil.com/es/ciclo-de-vida-de-un-producto-y-sus-etapas/>> [Consulta 10 jun. 2019].
- Mobile Ad Spending Share in Brazil, 2015-2021 (% of total digital ad spending). EMARKETER. 19 de mayo de 2017. <<https://www.emarketer.com/Chart/Mobile-Ad-Spending-Share-Brazil-2015-2021-of-total-digital-ad-spending/208204>> [Consulta: 22 may. 2019].
- Página oficial de FASTSHOP. <<https://www.fastshop.com.br>> [Consulta: 28 may. 2019].
- Logística 430812: Marcado y rotulado. BLOGSPOT. Juan Urrego. 27 de mayo de 2013. <<http://magudefe.blogspot.com/2013/05/logistica-430812.html>> [Consulta: 28 may. 2019].
- Los Símbolos ISO Para Embalajes. ENCAJA. Jorge Pardo Vicente. 28 de septiembre de 2015. <<http://blog.cajaeco.com/los-simbolos-iso-para-embalajes/>> [Consulta: 28 may. 2019].

Anexos

Anexo A: Matriz de atraktividad

Para la construcción de la matriz se seleccionaron los tres países más inseguros de Latinoamérica, y basándose en datos que influyen en nuestro negocio, se recolectaron los siguientes datos:

	Brasil	Colombia	Mexico
Coeficiente de Gini	0,513	0,508	0,434
Riesgo país	240	186	204
Variación PBI	1%	1,80%	2,10%
Mortalidad infantil (cada 1000)	14	14	12
Índice de natalidad (por mujer)	1.73	1.85	2.18
Tasa de mortalidad	6,17‰	6,01‰	4,85‰
Salario mínimo	253 USD	252 USD	130 USD
Índice de precios (inflación)	3,45%	4,31%	6,04%
Importaciones	159.329,07 M. USD	46.610,22 M. USD	437.166,11 M. USD
Exportaciones	220.282,06 M. USD	38.319,97M. USD	414.150,25 M. USD

Luego, se estableció una escala del 1 al 10 por cada indicador para luego asignarle un puntaje a cada uno de ellos:

	Puntuaciones									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Coeficiente de Gini	0,901 a 1	0,801 a 0,900	0,701 a 0,800	0,601 a 0,700	0,501 a 0,600	0,401 a 0,500	0,301 a 0,400	0,201 a 0,300	0,101 a 0,200	0 a 0,100
Riesgo país	901 o +	801 a 900	701 a 800	601 a 700	501 a 600	401 a 500	301 a 400	201 a 300	101 a 200	100 o -
PBI	0% o -	0,01% a 1%	1,01% a 2%	2,01% a 3%	3,01% a 4%	4,01% a 5%	5,01% a 6%	6,01% a 7%	7,01% a 8%	8,01% o +
Mortalidad infantil	45,01 o +	40,01 a 45	35,01 a 40	30,01 a 35	25,01 a 30	20,01 a 25	15,01 a 20	10,01 a 15	5,01 a 10	0 a 5
Índice de natalidad	0 a 0.5	0.6 a 1	1.1 a 1.5	1.6 a 2	2.1 a 2.5	2.6 a 3	3.1 a 3.5	3.6 a 4	4.1 a 4.5	4.6 o +
Nivel de ingreso medio	0 USD a 5.000 USD	5.001 USD a 10.000 USD	10.001 USD a 15.000 USD	15.001 USD a 20.000 USD	20.001 USD a 25.000 USD	25.001 USD a 30.000 USD	30.001 USD a 35.000 USD	35.001 USD a 40.000 USD	40.001 USD a 45.000 USD	45.001 USD o +
Tasa de mortalidad	9,01% o +	8,01% a 9%	7,01% a 8%	6,01% a 7%	5,01% a 6%	4,01% a 5%	3,01% a 4%	2,01% a 3%	1,01% a 2%	0% a 1%
Salario mínimo	0 USD a 200 USD	201 USD a 400 USD	401 USD a 600 USD	601 USD a 800 USD	801 USD a 1.000 USD	1.001 USD a 1.200 USD	1.201 USD a 1.400 USD	1.401 USD a 1.600 USD	1.601 USD a 1.800 USD	1801 USD o mas
Índice de precios (inflación anual %)	9,01% o +	8,01% a 9%	7,01% a 8%	6,01% a 7%	5,01% a 6%	4,01% a 5%	3,01% a 4%	2,01% a 3%	1,01% a 2%	0% a 1%
Importaciones	0 USD a 100.000 M. de USD	100.001 M. de USD a 200.000 M. de USD	200.001 M. de USD a 300.000 M. de USD	300.001 M. de USD a 400.000 M. de USD	400.001 M. de USD a 500.000 M. de USD	500.001 M. de USD a 600.000 M. de USD	600.001 M. de USD a 700.000 M. de USD	700.001 M. de USD a 800.000 M. de USD	800.001 M. de USD a 900.000 M. de USD	900.001 M de USD o +
Exportaciones	0 USD a 100.000 M. de USD	100.001 M. de USD a 200.000 M. de USD	200.001 M. de USD a 300.000 M. de USD	300.001 M. de USD a 400.000 M. de USD	400.001 M. de USD a 500.000 M. de USD	500.001 M. de USD a 600.000 M. de USD	600.001 M. de USD a 700.000 M. de USD	700.001 M. de USD a 800.000 M. de USD	800.001 M. de USD a 900.000 M. de USD	900.001 M de USD o +

Dada esta escala, se llegaron a los siguientes puntajes y resultados:

	Brasil	Colombia	Mexico
Coeficiente de Gini	5	5	6
Riesgo país	8	9	8
PBI	2	3	4
Mortalidad infantil	8	8	8
Índice de natalidad	4	4	5
Tasa de mortalidad	4	4	6
Salario mínimo	2	2	1
Índice de precios (inflación)	7	6	4
Importaciones	2	1	5
Exportaciones	3	1	5
Puntaje	45	43	52

México es el país con mayor puntaje, o sea, el más atractivo para exportar el producto. A pesar de ello, se decidió elegir el mercado de Brasil ya que es regionalmente mucho más cercano y, al formar parte del MERCOSUR con Argentina, las negociaciones son más fluidas, hay ventajas comerciales y se gozan de muchos beneficios en cuanto a costos.