



FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
DEPARTAMENTO DE COMERCIO INTERNACIONAL
LICENCIATURA EN COMERCIO INTERNACIONAL

PROYECTO DE EXPORTACIÓN LIMONCELLO

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

Profesor:

Ortiz, Alberto Fabián

Alumnos:

Aquino, Carolina Sol	LU:1038884
CochiPucheta, Vanina Micaela	LU:1037463
El Kontar, Carla	LU:1036294
Sanchez, Damian	LU:1041570
Stanek, Nicolas Ezequiel	LU:1040066

Fecha: 31/05/2017

Agradecimientos

Los integrantes de este trabajo de investigación final, queremos agradecer a todas las personas que nos ayudaron para poder realizar este proyecto.

En primer lugar, agradecer al profesor Alberto Ortiz, nuestro tutor en este trabajo de investigación, por ayudarnos y mostrarnos las herramientas para la realización de este trabajo de la forma correcta.

Por otro lado, queremos agradecer especialmente a la abuela Luccia quien siempre deleita a sus comensales con el clásico limoncello italiano y, en uno de estos encuentros, nos dio la idea para emprender este proyecto.

Luego, agradecer a familiares y amigos por brindarnos su apoyo y ayuda para poder realizar este proyecto de exportación. Sin su ayuda, la búsqueda de información y de datos claves hubiera sido mucho más difícil.

Por último, queremos agradecer a UADE por darnos los conocimientos necesarios y la posibilidad de realizar y exponer nuestro trabajo de investigación final.

Contenidos

1	Introducción:	7
1.1	Descripción del negocio	7
1.2	Limoncello	8
1.3	Empresa.....	9
1.4	Forma Jurídica.....	10
1.5	Organigrama.....	11
1.6	Función de los Directores.....	12
1.7	Funciones del Staff de Apoyo	14
1.8	Certificados y Habilitaciones	16
1.9	Seguridad e Higiene	19
2	Análisis de mercado	20
2.1	Entorno Económico.....	20
2.1.1	<i>Economía</i>	20
2.1.2	<i>Comercio</i>	21
2.1.3	<i>Conclusión</i>	22
2.2	Entorno Sociocultural.....	24
2.2.1	<i>Entorno demográfico</i>	24
2.2.2	<i>Entorno cultural:</i>	25
2.2.3	<i>Conclusión</i>	27
2.3	Entorno político-legal.....	29
2.3.1	<i>Estructura política</i>	29
2.3.2	<i>Entorno legal</i>	31
2.3.3	<i>Leyes sobre el alcohol</i>	32
2.3.4	<i>Conclusión</i>	34
2.4	Mercado Objetivo.....	35
2.5	Perfil del consumidor	36
2.6	Cliente	37
2.7	Determinación de la demanda	38
2.8	Competencia.....	41
2.9	Análisis FODA.....	44
3	Estrategia de Comercialización	45

3.1	Estrategia de Precios	45
3.2	Estrategia de Promoción.....	46
3.3	Estrategia de Distribución	47
4	Operaciones.....	49
4.1	Producto	49
4.2	Envase	50
4.3	Cadena de Suministro.....	51
4.4	Proceso productivo.....	54
4.5	Inicio y primera exportación	56
4.6	Posición Arancelaria	60
5	Proyecciones Financieras	62
5.1	Precio FOB.....	62
5.2	Precio de Mercado.....	63
5.3	Forma de Cobro.....	64
5.4	Contingencia.....	65
5.5	Estado de resultados	66
5.6	Efectos tributarios	69
5.7	Índices	70
6	Conclusión.....	72
7	Anexos.....	73
7.1	Cotización de Seguridad e Higiene	73
7.2	Cotización Despachante Lib Solutions Argentina SRL	75
7.3	Cotización Forwarder AGL Global Logistics S.A.	76
7.4	Cotización Embotelladora Francisco Siffredi	78
7.5	Importador y Distribuidor GWS	79
7.6	Maquinaria importada	79
7.6.1	<i>Cotizacion maquina peladora</i>	<i>79</i>
7.6.2	<i>Cotización maquina lavadora:</i>	<i>81</i>
7.6.3	<i>Cotización tambores 1000 lts</i>	<i>82</i>
7.7	Insumos	83
7.7.1	<i>Cotización alcohol y contenedor.....</i>	<i>83</i>

7.7.2	<i>Cotización botellas:</i>	86
7.7.3	<i>Cotización satinado y vitrificado:</i>	87
7.7.4	<i>Cotización cajas:</i>	87
7.7.5	<i>Cotización divisores</i>	88
7.7.6	<i>Cotización pallets</i>	89
7.7.7	<i>Cotización de tapas</i>	90
7.7.8	<i>Cotización films</i>	91
7.7.9	<i>Cotización esquineros</i>	92

Resumen ejecutivo

El presente trabajo de investigación es un proyecto de exportación de licor de limón, más conocido como limoncello. Este producto se caracteriza por su alta calidad, dulce sabor y aroma penetrante.

Nuestro objetivo es la producción y exportación de limocello, mediante la utilización de insumos de alta calidad, a un precio accesible, para lograr el posicionamiento esperado en el mercado internacional y así, poder captar la mayor cuota de mercado.

Con nuestro producto buscamos que el consumidor final se sienta a gusto y experimente un momento de placer al consumirlo.

Luego de haber realizado un estudio sobre los posibles mercados meta, se decidió por el noreste de EEUU, específicamente la ciudad de Nueva York. Este mercado presenta una excelente oportunidad para vender nuestro producto debido a que es un mercado en el cual se concentra la mayor comunidad italiana de EEUU. Además, aquí podemos encontrar personas que son afines a la gastronomía italiana en general, los cuales también podrían ser potenciales consumidores de nuestro limoncello. Otra característica que hace atractivo a este mercado es su PBI per cápita y su gran aceptación de productos importados.

Nuestra empresa, Verona SRL, será constituida específicamente para realizar este negocio. La misma estará integrada por cinco socios fundadores y dos empleados, en los primeros años, que nos ayudarán a cumplir nuestros objetivos a lo largo de la vida de nuestra empresa.

La estrategia de comercialización radicará en nuestro único cliente, GothamWine&Spirits, un distribuidor de bebidas alcohólicas con experiencia y trayectoria en el mercado. El mismo se encargará de la distribución del producto en Nueva York, logrando una mayor proximidad a los compradores al colocar el producto en los puntos de venta adecuados.

Por último, realizando las proyecciones financieras correspondientes, podemos ver que el proyecto obtendrá un margen de rentabilidad considerable, a lo largo de sus años de duración. Esto se dará como consecuencia de una buena gestión y ejecución de la idea original de Verona SRL.

Abstract

The following research content is an export project of lemon liqueur, better known as limoncello. This product is characterized by its high quality, sweet flavor and penetrating aroma.

Our objective is the production and exportation of limocello, utilizing high quality materials and supplies, at an accessible price, to achieve the positioning in the international market and thus, to be able to capture the largest possible market share.

With our limoncello, we aim for the final consumer to feel at ease and experience a moment of pleasure when consuming our product.

After conducting a study on potential markets, it was decided to enter the northeastern zone of the USA, specifically New York City. This market presents an excellent opportunity to sell our product because it is a market in which the largest Italian community in the US is found. In addition, in this market we can find people who are culturally linked to the Italian gastronomy in general, who could be potential consumers of our limoncello. Another feature that makes this market attractive, is its GDP per capita and its high acceptance of imported products.

Our company, Verona SRL, will be set up specifically to carry out this business. It will be made up of five founding members and two employees who will help us achieve our goals throughout the life of our company.

The marketing strategy lies in our sole client, who will be responsible for the importation and distribution of the product in New York City, achieving proximity to the buyers by placing the product in the appropriate points of sale. This client is Gotham Wine & Spirits, a wine and spirits importer and distributor with an abundance of experience and trajectory in the market.

Finally, by making the corresponding financial projections, we can see that the project will achieve a considerable profit over its lifespan. This will happen as consequence of great management and execution of the original idea of Verona SRL.

1 Introducción:

1.1 Descripción del negocio

Verona S.R.L. es una empresa dedicada a la producción y exportación de Limoncello artesanal, el cual es un licor de limón originario de Italia cuyas características principales son el intenso sabor y aroma a limón. La empresa tiene como finalidad poder acercarles a sus consumidores finales un licor de alta calidad, hecho con una receta tradicional para que se deleiten en cualquier momento.

Para la puesta en marcha de esta empresa los cinco socios realizarán aportes con el fin de adquirir la maquinaria e insumos necesarios para la producción de los licores. Se contratará personal para que se dedique a las tareas operativas.

La empresa exportará la totalidad de su producción y las mismas estarán destinadas al mercado de la ciudad de Nueva York - Estados Unidos, por factores evaluados favorablemente en este mercado en comparación con el resto de los países.

Para llegar a nuestro consumidor final el producto ingresará por el puerto de *New York – New Jersey*, Nueva York, Estados Unidos. Por lo cual será esencial contar con un socio comercial, el cual se encargará de la importación y la distribución del producto en supermercados, licorerías, restaurantes y bares, abasteciendo de esta manera el mercado meta.

La ciudad de Nueva York es un mercado atractivo por ser cosmopolita, pues existen grandes diversidades culturales producto de la inmigración, y esto trae consigo una gran aceptación de productos extranjeros, facilitando así el ingreso de nuestro producto.

1.2 Limoncello

El limoncello es un licor típico de Italia, originario de Campania elaborado en particular con los limones cultivados en la Costa Amalfitana, en el Golfo de Salerno.

Esta bebida se obtiene por la maceración en alcohol del limón junto con un almíbar. Se consume muy frío o a temperatura ambiente con el objeto de poder apreciar su aroma, y suele emplearse en repostería con el fin de aromatizar pastas de dulces o gelatinas.

Ese licor amarillo con perfume a limón italiano, nació en el 1900 en la isla de Capri, en donde la señora Maria Antonia Farace cuidaba de un fabuloso jardín de limones. Dicen que la dueña deleitaba a sus huéspedes con un chupito de un destilado que adquirió en poco tiempo gran renombre. Para otros, el limoncello se remonta a los tiempos de las invasiones sarracenas en la península italiana en el siglo IX. En pleno clima bélico, los campesinos y los pescadores de la península de Sorrento tomaban por la mañana un licor elaborado con los limones del lugar para entrar en calor y sobrevivir al asalto de los piratas. En cambio, otras fuentes apuntan que el licor rubio nació en un convento de la región en época medieval para que los frailes, entre rezo y rezo, se pudieran distraer. Y hay incluso quien va más allá en el tiempo: en frescos de Pompeya y Herculano se muestran cultivos de limones en la denominada casa del Frutteto, con lo que el limoncello podría ser de origen romano¹.

El limoncello ha vivido una gran transformación. Era un producto hecho en casa de las abuelas en Sorrento que se ofrecía a los amigos de visita. Y los restaurantes agasajaban con él a sus clientes. Sin embargo, en los últimos años, el limoncello se ha puesto muy de moda y, en la actualidad, se produce industrialmente comercializándose de manera masiva en todas partes del mundo².

¹ Wikipedia (2017) - <https://es.wikipedia.org/wiki/Limoncello> [Consulta: 29 Abr. 2017]

² La Vanguardia, “*El licor de Oro*” (2016) - <http://www.lavanguardia.com/estilos-de-vida/20110805/54194479677/el-licor-de-oro.html> [Consulta: 29 Abr. 2017]

1.3 Empresa

Verona S.R.L. es una empresa perteneciente a la industria licorera y tiene un rol comercial e industrial dentro del sector. Para la elaboración, cuenta con un proceso productivo, que abarca desde la transformación de materia prima, para obtención del producto, hasta su venta en el mercado destino.

La misión de la empresa es la producción y exportación de limoncello integrando nuestros recursos humanos y económicos, mediante la utilización de insumos de alta calidad para lograr el posicionamiento en el mercado internacional.

La visión de la empresa consiste en crecer y captar el mayor market share posible, comprometiéndonos con sólidos valores, la devoción por nuestro cliente y sobre todo el respeto en todas nuestras relaciones.

Nuestros valores son:

Transparencia – ética empresarial tanto interna como externa.

Servicio – superar las expectativas de nuestros clientes en calidad y puntualidad creando con ellos una relación de confianza.

Compromiso – crear relaciones duraderas tanto con nuestros clientes como socios comerciales.

Responsabilidad – para con la sociedad sobre el consumo moderado de alcohol.

La empresa genera todos sus ingresos por la exportación de Limoncello.

La empresa se encuentra constituida por cinco socios fundadores que aportan en partes iguales el capital al momento del inicio del proyecto. Los capitales aportados son nacionales. Se encuentra ubicada físicamente en Paracas 300, Barracas, Capital Federal. La misma da sus inicios el 01 de Junio del año 2017 como una sociedad de responsabilidad limitada (S.R.L.). El cierre del ejercicio se realizará los 31 de diciembre de cada año.

1.4 Forma Jurídica

Al momento de constituirse la empresa, funcionará bajo la forma jurídica de una sociedad de responsabilidad limitada (S.R.L.) y estará inscripta en la Inspección General de Justicia (IGJ).

Al ser una SRL, la responsabilidad queda limitada al capital aportado por los socios, los mismos son:

- Aquino, Carolina Sol
- CochiPucheta, Micaela Vanina
- El Kontar, Carla
- Sanchez, Damian
- Stanek, Nicolas Ezequiel

Cada uno de ellos integrará en el momento de constitución de la sociedad un aporte de 18.140 dólares, sumando un total de 90.700 dólares y tres computadoras portátiles. Cumplido el primer año fiscal, se constituirá una reserva legal del 10% del capital suscrito al inicio.

Al momento de constituir la sociedad, se contratará a un contador público que contrataremos al momento de iniciar el proyecto, cuyo honorario se acordó en \$10.000 mensuales. El mismo se encargará de todos los trámites necesarios para la constitución de la sociedad, como el estatuto constitutivo, la inscripción en IGJ, rubrica de libros y alta en AFIP y rentas. Nuestra empresa comienza sus actividades el 1 de Junio del año 2017 y cierra su ejercicio el 31 de Diciembre.

1.5 Organigrama



1.6 Función de los Directores

Para poder llevar a cabo el funcionamiento diario y productivo de la empresa, cada socio gerente tendrá una función específica.

Carolina Aquino se encargará de la comercialización del producto final, supervisará el impacto de la publicidad en destino y evaluará distintos métodos de promoción. Se encargará del diseño de las botellas y evaluará su impacto en el mercado. Será también el contacto directo entre la empresa y los proveedores de servicios publicitarios.

Nicolas Stanek supervisará la logística interna y se encargará de toda la cadena logística, abarcando la recolección de los insumos y materiales de embalaje y su puesta a disposición en fábrica para la posterior producción; asimismo enviará lo producido en fábrica a la embotelladora para la fase final de producción; establecerá y mantendrá las relaciones con las empresas de transporte, supervisará que las cargas lleguen en tiempo y forma; por último pondrá a disposición la carga a exportar en el puerto.

Damian Sanchez será el encargado de contactarse con el despachante y el forwarder, de coordinar la logística internacional, del manejo de documentación. Se encargará también del seguimiento de la cadena de distribución internacional y será el portavoz internacional de la empresa.

Carla El Kontar supervisará el ciclo de productivo en fábrica, encargándose de que todas las fases de producción dentro de la fábrica de *Verona S.R.L* se lleven a cabo de forma correcta, cumpliendo con los estándares de producción y calidades determinadas por la empresa, garantizando la continuidad de la producción eliminando tiempos muertos y efectivizando la totalidad del ciclo. A la vez se encargará de supervisar a los operarios empleados en fábrica.

Vanina Cochise encargará de la administración general de la empresa, como también de las compras locales. En materia administrativa se encargará del archivado de documentos, generar planillas de compras y ventas contabilizando las facturas para facilitarle al contador la información necesaria para la realización de sus tareas. Será el vínculo directo entre el

contador y la empresa. Adicionalmente, se encargará de la facturación de ventas, gestionará los cobros a acreedores y los pagos a sus respectivos proveedores y el cobro de los reintegros de exportación (IVA e Impuestos Internos).

1.7 Funciones del Staff de Apoyo

La empresa contara con staff de apoyo, que le brindara servicios a toda la organización en los aspectos y tareas que la misma no esté capacitado a realizar. A continuación se detallara cada miembro del staff:

- **Estudio Jurídico Contable:** Se contratara al *estudio Irale y Asociados*.³El mismo se encargará de llevar a cabo la contabilidad de la empresa, incluyendo presentación de balances contables, liquidación de sueldos, liquidación de impuestos, entre otros. En lo que respecta a la constitución de la sociedad, llevara a cabo gestión de los trámites necesarios para la misma. Brindará asesoramiento con respecto a materia contable, impositiva y legal, para casos como contratos que la empresa deba firmar o posibles problemas legales que puedan llegar a presentarse a lo largo de la actividad de la empresa.
- **Publicidad:** Se trabajara con la agencia publicitaria *Bennu*⁴, encargada de manejar la parte de promoción de la empresa mediante campaña en display en Google y sitios asociados. Por otra parte, la empresa *Tomas Web*⁵ llevara a cabo la creación, mantenimiento y manejo del sitio web.
- **Despachante de Aduana:** la empresa que brindara el servicio de despacho de aduana es *LibSolutions Argentina S.R.L*⁶. Sus tareas incluirán la parte operativa aduanera del negocio como la oficialización, aviso de carga, consolidación de la mercadería, presentación de la documentación y trámites según selectividad

³ Estudio Irale y Asociados (2017) <http://estudioirale.com/> [Consulta: 18 Abr. 2017]

⁴Bennu Publicidad (2017) www.bennu.tv/[Consulta: 10 May. 2017]

⁵ Tomas Web (2017) <https://tomasweb.com.ar/> [Consulta: 10 May. 2017]

⁶ Estudio LibSolutions Argentina S.R.L (2017) <http://www.estudiolibsa.com.ar/perfil.html> [Consulta: 21 May. 2017]

asignada, realizar el pre-cumplido, realizar el cumplido, declaración Post-Embarque en caso que sea necesario, cierre de permiso de embarque y cierre de factura.

- **Envasado y embalaje:** la empresa *Embotelladora Francisco Siffredi S.A.C.I.F.Y.A.*⁷ se encargará de la última etapa del proceso productivo. La misma consta en la mezcla del almíbar con el alcohol ya macerado. Luego, se procederá con el llenado, envasado y embalaje de las botellas para su posterior despacho. A su vez, la empresa nos prestará sus certificados de habilitación para poder llevar a cabo la actividad de nuestra empresa, hasta que obtengamos nuestra propia certificación, a cambio de una suma de dinero. Debido a la demora en la emisión de dichos certificados, se optó por esta decisión.
- **Forwarder:** contrataremos a la empresa “AGL Argentina” quien llevara a cabo la tarea de la logística internacional.⁸

⁷ Guía Clarín “*Embotelladora Siffredi*” (2017) <http://capital-federal.guia.clarin.com/siffredi-francisco-sacifya/881551> [Consulta: 5 May. 2017]

⁸ AGL Global Logistic S.A. (2017) www.aglArgentina.com [Consulta: 23 May. 2017]

1.8 Certificados y Habilitaciones

Para que la empresa pueda dar inicio a sus actividades, debemos cumplir con lo establecido en el Código Alimentario Argentino (CAA), realizando los trámites de inscripción y autorización ante la autoridad sanitaria para producir el limoncello. Los certificados necesario son RNE (Registro nacional de establecimiento) y RNPA (Registro nacional de productos alimenticios).⁹

Tanto para registrar el establecimiento como el producto se necesitara la siguiente documentación: Nota de solicitud de inscripción al registro correspondiente dirigida al Director General de Dirección General de Higiene y Seguridad Alimentaria. Junto con el formulario correspondiente según el tipo de registro y certificado de Deudores Alimentarios. Además se deberá presentar copia del contrato autenticada por escribano público u original y copia del contrato.¹⁰

Inscripciones para ser exportador

El primer paso para poder realizar las operaciones de comercio exterior, tanto importaciones como exportaciones, es necesario inscribirse en el Registro de Exportadores e Importadores de la República Argentina, en la DGA y obtener la clave fiscal a través de AFIP.

Requisitos generales

- Poseer alta en los impuestos al valor agregado, Ganancias
- No hallarse en estado de falencia.

⁹ Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca (2017) http://copal.org.ar/wp-content/uploads/2015/06/rnpa_rne.pdf [Consulta: 17 May. 2017]

¹⁰ Buenos Aires Ciudad “Registro Nacional de Productos Alimenticios (RNPA) / Registro Nacional de Establecimientos (RNE)” (2017) <http://www.buenosaires.gob.ar/tramites/registro-nacional-de-productos-alimenticios-rnpa-registro-nacional-de-establecimientos-rne>[Consulta: 17 May. 2017]

-Tener firma, foto, huella dactilar y documento de identidad registrados digitalmente en el Sistema Registral.

-No contar con antecedentes en el Registro de Infractores.

-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).

Requisitos particulares

-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.

-Certificado de antecedentes penales expedidos por autoridad policial o por el Registro Nacional de Reincidencia.¹¹

Además, debemos realizar la inscripción en **SENASA** para obtener el certificado fitosanitario de exportación. Este es un documento oficial, el cual avala que el envío no constituye una vía potencial de introducción y/o dispersión de plagas cuarentenarias y plagas no cuarentenarias reglamentadas.¹²

Los requisitos para la inscripción en **SENASA** son:

¹¹Argentina.gob.ar “Inscribirme en el Registro de Importadores y Exportadores de la DGA” (2017) <https://www.argentina.gob.ar/inscribirme-en-el-registro-de-importadores-y-exportadores-de-la-dga> [Consulta: 29 Abr. 2017]

¹² SENASA “Requisitos Generales” (2017) <http://www.senasa.gob.ar/cadena-vegetal/aromaticas/comercio/exportacion/requisitos-generales> [Consulta: 22 Abr. 2017]

- Solicitud de inscripción.
- Registro de firmas de las personas autorizadas para realizar gestiones ante el SENASA
- Constancia de inscripción ante la Dirección General Impositiva.
- Constancia de inscripción ante la Dirección General de Aduanas.
- Fotocopia del Contrato o Estatuto Social inscrita en el Órgano de Control Societario.¹³

Inscripción en el Instituto Nacional Vitivinícola(INV)¹⁴

Debemos inscribirnos como *Fraccionador y/o Comerciante de Metanol* o Manipulador de Metanol con el objeto de manipular y transformar el alcohol. Para la inscripción necesitamos solicitar la inscripción mediante nota por duplicado, contar con un Técnico Responsable que posea Título Habilitante y presentar la siguiente documentación:

- Formulario de Inscripción (lo provee la Delegación del INV).-
- Fotocopia autenticada del contrato social o escritura, en donde figure la actividad a desarrollar.-
- Fotocopia autenticada del comprobante de inscripción de la Clave Única de Identificación Tributaria (C.U.I.T.).-
- Fotocopia autenticada de la habilitación municipal. -
- Fotocopia autenticada de poderes y autorizaciones, debiendo declarar las facultades otorgadas a sus apoderados o autorizados.-
- Planos (dos copias) delimitando en rojo el perímetro de control, y dejando constancia que: “Se autoriza al Instituto Nacional de Vitivinicultura a inspeccionar el local habilitado.-

¹³SENASA “Instructivo para la Inscripción y Reinscripción” (2017) <http://www.senasa.gob.ar/instructivo-para-inscripcion-y-reinscripcion>[Consulta:22 Abr. 2017]

¹⁴Instituto Nacional de Vitivinicultura (2017) <http://www.inv.gov.ar/>[Consulta:22 Abr. 2017]

-Planilla de Capacidad Real de Recipientes según modelo Oficial (provisto por la Delegación del INV).¹⁵

1.9 Seguridad e Higiene

Según la Ley 19.587/72, Decreto 351/79¹⁶ para el inicio de actividades y continuidad productivas se requiere la habilitación de un licenciado en Seguridad e Higiene, en nuestro caso estará a cargo de la consultora SAFETY Argentina®¹⁷, también se encargará de la gestión integral abarcando diversos aspectos como:

- Cumplimiento de la legislación vigente en materia de Higiene y Seguridad en el Trabajo
- Gestión y representación ante autoridades del GCBA, ART, SRT, DEFENSA CIVIL.
- Redacción y ejecución del Plan de evacuación, planos, dos simulacros de evaluación anuales y presentación ante DEFENSA CIVIL.
- Encomienda profesional ante el consejo profesional de ingeniería COPIME, resolución N° 488/06.
- Dictado de capacitación sobre el manejo de extintores, evacuación y simulacro ante casos de Incendio, explosiones o advertencia de explosión.
- Capacitaciones bimensuales sobre: riesgos en la actividad a desarrollar el empleador, uso de EPP, riesgo eléctrico, movimiento manual de cargas, el ruido y la salud de los trabajadores, primeros auxilios y RCP básico,
- Mediciones de Puesta tierra según Res.900/15
- Estudios de ruido Res. 85/12, estudio de iluminación Res. 84/12.

¹⁵Ley N° 24566 Ley Nacional de Alcoholes (2017)
https://pinot.inv.gov.ar/web_inv/form/guia_tramites.php?ley_vinos=&ley_alcoh=4&ley_denom=
[Consulta:22 Abr. 2017]

¹⁶Infoleg “Higiene y Seguridad en el Trabajo” (1979)
<http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/30000-34999/32030/texact.htm>[Consulta:14 May. 2017]

¹⁷ Safety Argentina (2017) <http://www.safetyargentina.com/>[Consulta:14 May. 2017]

2 Análisis de mercado

2.1 Entorno Económico

2.1.1 Economía

Estados Unidos es la segunda economía más grande del mundo después de China, con un PBI real de USD 18,45 trillones y un crecimiento real del 1,4% en 2016. Es una economía capitalista mixta, que posee una gran reserva de recursos naturales, gran producción y es una de las economías con las tecnologías más avanzadas del mundo. Su PBI está compuesto por agricultura (1,1%), industria (19,4%) y servicios (79,5%). Posee el PBI per cápita más alto del mundo de USD 57.300.

Es el segundo más grande productor de manufacturas, logrando un valor agregado de USD 2,4 trillones de dólares en 2013, monto mayor que Alemania, Francia, India y Brasil combinados. Sus mayores industrias son las del petróleo, acero, automóviles, maquinaria de construcción, maquinaria para agricultura, telecomunicaciones, químicos, electrónica, alimentos procesados, entre otros¹⁸.

La economía de Nueva York representa la mayor economía regional de Estados Unidos y la segunda economía urbana más grande del mundo, detrás de Tokio. Junto con Londres, Nueva York es la capital financiera del mundo.

La Ciudad de Nueva York tiene una tasa de desempleo del 4,3% (febrero 2017) según datos del Centro de Estadística del Trabajo, teniendo desempleadas a 176.482 personas, y empleadas a 3.963.411¹⁹.

¹⁸CIA Macroeconomic data (2017) <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/us.html>[Consulta: 15 Abr. 2017]

¹⁹ Bureau of Labor Statistics (2017) <https://www.bls.gov/>[Consulta: 15 Abr. 2017]

2.1.2 Comercio

Estados Unidos es la segunda mayor nación comerciante, el mayor importador de bienes del mundo y el segundo mayor exportador, teniendo a Canadá, China, México, Japón y Alemania como sus principales socios comerciales. Actualmente, Estados Unidos tiene acuerdos de libre comercio con México, Ecuador, Chile, Perú, Australia, Marruecos, Jordania, Israel, Omán y Corea del Sur, y ha propuesto varios tratados con muchos otros países del mundo.

Si bien Estados Unidos es una economía muy importante en lo que respecta al comercio, su balanza comercial es casi exclusivamente deficitaria, evidenciando que es una economía importación dependiente. En 2016, se evidenció una balanza comercial deficitaria en USD 502.300 millones.

Las principales importaciones de Estados Unidos son:

- Automóviles 7,8%
- Petróleo crudo 5,6%
- Computadoras 4,2%
- Autopartes 3,1%
- Medicamentos 3,0%
- Equipamiento de emisión 2,5%
- Petróleo refinado 2,1%
- Telefónica 1,8%
- Circuitos integrados 1,3%
- **Licores alcohólicos 0,15% (3.250.000.000 USD)**

Se remarca el monto de licores alcohólicos puesto a que es nuestro punto principal de atención.

El comercio bilateral con Argentina, en concreto, fue creciendo desde 1995 de forma lenta pero constante, teniendo su pico en 2008 para luego caer abruptamente en 2009 pero aun manteniendo un nivel estable hacia 2015, donde volverían a caer las exportaciones

argentinas hacia Estados Unidos. En el pico máximo de exportaciones argentinas hacia Estados Unidos, se ha registrado un monto total exportado por USD 5.160.000.000, donde los principales bienes exportados fueron petróleo refinado (19%), petróleo crudo (11%), alcohol, ácidos y grasas de uso industrial (13%) y metales sin refinar en general.

Luego de una abrupta caída en exportaciones hacia los Estados Unidos en 2009, Argentina no logrará hasta el día de hoy llegar al mismo monto exportado del año 2008. En 2016, Argentina exportó a EEUU un total de USD 10.472.000.000 donde principalmente exportó biodiesel (26%), vinos (5,9%), aceites crudos de petróleo (5,2%), bienes agrícolas (28,3%), alcohol, ácidos y grasas de uso industrial (11%), entre otros²⁰.

Las exportaciones de licores de Argentina a Estados Unidos, en 2016, alcanzaron la suma de USD 2.332.012. Dicho valor es muy bajo debido a que Estados Unidos importa licores por un total de USD 656.404.279. Los principales países exportadores de esta serie de bienes a Estados Unidos son México (34%), Francia (23%), Suecia (9,1%), Irlanda (8%) e Italia (3,9%)²¹.

2.1.3 Conclusión

En cuanto al aspecto económico podemos observar que Estados Unidos es una de las economías más grandes del mundo, siendo el primer importador de bienes del mundo con una balanza comercial deficitaria, lo cual lo convierte en un país importador dependiente. De todos sus estados, Nueva York representa la mayor economía regional de Estados Unidos. Esto genera que dicho país sea atractivo a nivel comercial, en lo que a importación se refiere. Esta es una de las razones por el cual se eligió este mercado.

²⁰The Observatory of Economic Complexity (2017)
http://atlas.media.mit.edu/en/visualize/tree_map/hs92/export/usa/all/show/2015/[Consulta: 15 Abr. 2017]

²¹Distilled Spirits – Imports By Value December 2016 (2016)
http://www.discus.org/assets/1/7/Distilled_Spirits_Imports_Value_December_2016.pdf[Consulta: 15 Abr. 2017]

La relación comercial entre Argentina y Estado Unidos es baja en comparación de Estados Unidos con otros países, aunque actualmente se están incrementando las exportaciones de Argentina hacia este país.

Estados Unidos importa bebidas alcohólicas, además de producirlas, y más específicamente, importa licores donde se incluye el Limoncello, por un valor, que, si bien en términos relativos no es muy grande, en términos nominales es un valor muy alto. Esta es otra de las razones que hacen a este país atractivo para exportar nuestro producto.

2.2 Entorno Sociocultural

2.2.1 Entorno demográfico

El Estado de Nueva York es el más grande de todos los estados de Estados Unidos, a nivel demográfico, con una población metropolitana total de 8.426.743 habitantes. Un gran porcentaje de los habitantes son extranjeros. A través de su historia, Nueva York ha sido un punto muy importante de inmigración mundial; más de 800 idiomas se hablan allí, haciendo de esta ciudad la que más diversidad lingüística tiene, aunque el inglés sigue siendo su lengua más hablada y la oficial.

Dos de las principales características demográficas de Nueva York son; su densidad poblacional, y su diversidad cultural. La densidad poblacional de la ciudad es de 10.194 personas por kilómetro cuadrado, haciendo de ésta la más densa de Estados Unidos. A la vez, Manhattan (una de las comunas de Nueva York) tiene una densidad de más del doble, con 25.846 personas por kilómetro cuadrado, la comuna más densa del país.

Por otro lado, como se mencionó anteriormente, Nueva York es multicultural. Una porción de aproximadamente el 36% de la población, son descendientes directos de extranjeros. Los grupos étnicos más grandes de la ciudad son de afroamericanos o del caribe, puertorriqueños, italianos, dominicanos, chinos, irlandeses, rusos y alemanes. Los italianos emigraron a la ciudad en grandes números en el siglo 20, estableciendo muchos barrios conocidos como “Little Italy”.

Nueva York tiene uno de los ingresos per cápita más grandes de todo Estados Unidos, con un monto que se eleva a los USD 57.000, aunque su disparidad entre los más ricos y los

más pobres es muy evidente, siendo que los primeros alcanzan un ingreso promedio de USD 188.000 anuales, mientras que los últimos tienen un ingreso anual de USD 9.320²²

2.2.2 *Entorno cultural:*

Conocida por su diversidad cultural, Nueva York ha sido nombrada capital cultural del mundo, no solo por su historia y presencia artística, como se evidencia por su gran cantidad de galerías, centros artísticos, o su tan conocido Broadway y sus teatros circundantes, donde el arte performático toma lugar, sino que es también una ciudad con mucha influencia de diversas culturas de todo el mundo que han convergido y han modificado a lo largo de la historia la propia cultura americana, dando lugar a una ciudad cosmopolita, rica en artes, lenguas, dialectos, personas, arquitectura, gastronomía, deportes, etc.

La ciudad de Nueva York es comúnmente conocida como un centro cosmopolita, en donde convergen gran cantidad de culturas distintas, originarias de diversas partes del mundo, consecuencia de la gran inmigración que se ha evidenciado entre los años 1820 y 1978. Si bien en este período de tiempo han inmigrado una gran y diversa cantidad de personas originarias de diversas naciones, nos enfocaremos principalmente en la población italiana, puesto que nuestro producto será dirigido hacia éstos.

Durante el gran lapso entre 1820 y 1978, aproximadamente unos 5,3 millones de italianos habrían emigrado hacia Nueva York, junto con un mayor número de alemanes e irlandeses y un número menor de muchas otras naciones. Nueva York tiene la tercera concentración más grande de italianos, superado por Sao Pablo y Buenos Aires, respectivamente. Actualmente, de los 8.426.743 habitantes en la ciudad de Nueva York, 2.562.562 han

²²CIA Macroeconomic data (2017) <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/us.html>[Consulta: 15 Abr. 2017]

proclamado ser descendientes de italianos, conformando un 30,41% de la población total de la ciudad²³.

La llegada de inmigrantes italianos genero la conformación de barrios en ciertos puntos de Nueva York, como East Harlem, que luego pasaría a ser conocido como “Little Italy” por su gran concentración de italianos y descendientes de los mismos. Little Italy, con el paso del tiempo, fue invadida por centroamericanos, como puertorriqueño, cubano y mexicano y ahora se lo conoce como “El Barrio”. De cualquier manera, el anteriormente conocido como “Little Italy” no era el único asentamiento con gran densidad de italianos, existen varios barrios en toda la ciudad con gran concentración de inmigrantes, ya sean italianos, chinos, alemanes, etc. Otros vecindarios italianos conocidos son:

- Arthur Avenue (the Bronx's Little Italy)
- Bensonhurst, Brooklyn (Brooklyn's Little Italy)
- Bergen Beach, Brooklyn
- Morris Park, Bronx
- PelhamBay, Bronx
- City Island, Bronx
- ThroggsNeck, Bronx
- Schuylerville, Bronx
- Cobble Hill, Brooklyn
- Carroll Gardens, Brooklyn
- DykerHeights, Brooklyn
- Bay Ridge, Brooklyn
- Williamsburg, Brooklyn
- East Village, Manhattan
- Greenwich Village, Manhattan
- Mulberry Street (Manhattan's Little Italy)

²³American Fact Finder (2014)
https://factfinder.census.gov/faces/tableservices/jsf/pages/productview.xhtml?pid=ACS_15_1YR_S0201&prodType=table[Consulta: 15 Abr. 2017]

- Pleasant Avenue, East Harlem (Italian Harlem), Manhattan
- Howard Beach, Queens
- Ozone Park, Queens
- Staten Island
- MillBasin, Brooklyn
- MiddleVillage, Queens
- Whitestone, Queens

Existen días festivos italianos, como el Festival de San Gennaro. Este festival en Nueva York es una celebración religiosa realizada en la Pequeña Italia que dura 11 días a partir del segundo jueves de septiembre.

Otro tipo de evento con menor magnitud, al menos en lo que refiere a la feria gastronómica, es el Festival de Nuestra Señora de Monte Carmel. El mismo se celebra todos los años, el segundo fin de semana de agosto. Además, en la misma fecha, se celebra la Danza de los Giglio. Estos son eventos religiosos que logran atraer a miles de personas de todo Nueva York. En este festival existen pequeñas ferias, juegos, puestos de comida y bebidas, actividades de caridad, religiosas, entre otras atracciones.

2.2.3 Conclusión

Podemos concluir que la ciudad de Nueva York es un buen mercado para colocar nuestro producto. Una de las razones es su gran densidad poblacional, siendo el estado con mayor población del país. Su población está conformada por un alto porcentaje de extranjeros. Como consecuencia la ciudad de Nueva York es multicultural, adoptando tradiciones y costumbres de los inmigrantes. Unos de los grupos étnicos más grandes son italianos, representando el 30 % de la población. Los cuales se concentran en diferentes barrios en el Estado, como East Village y Little Italy, siendo estos habitados principalmente por italianos y sus descendientes.

Por estas razones Nueva York será nuestro principal foco de atención, ya que nuestro producto se enfocará primordialmente en la población italiana.

2.3 Entorno político-legal

2.3.1 Estructura política

Estados Unidos adopta la forma de república constitucional y democracia representativa, en donde el mandato por parte de la mayoría se ve atenuada por los derechos de la minoría que están protegidos por la ley.

Debido a su sistema federal, los ciudadanos estadounidenses están sujetos a tres niveles de gobierno; el federal, el estatal, y el local. Los deberes del gobierno local están normalmente divididos entre el condado y el municipio. En casi todos los casos, los oficiales ejecutivos y legislativos son elegidos por voto plural de los ciudadanos del distrito. No existe la representación proporcional a nivel federal.

El gobierno federal está compuesto por tres poderes:

- *Poder Legislativo:* Consiste en un congreso bicameral conformado por el Senado y la Casa de Representantes. Tiene el poder de crear leyes, declarar guerras, aprobar tratados, aprobar financiamientos y posee el poder de residencia miento, con el cual puede destituir miembros del gobierno. La Casa de Representantes tiene 435 miembros con derecho a voto, cada uno representando un distrito por el término de dos años, cuyos asientos son repartidos dependiendo de la población de cada estado cada diez años. El Senado posee 100 senadores, dos por cada Estado (número fijo), elegidos como máximo por seis años. En el caso de Nueva York, el Estado posee 27 representantes y 2 senadores.
- *Poder Ejecutivo:* Su cabecera es el Presidente de la Nación, quien es además el comandante en jefe del poder militar. Puede vetar proyectos de leyes antes de que se aprueben y nombra los miembros del gabinete (aunque sujeto a aprobación por parte del Senado) y otros oficiales, quienes administran y hacen cumplir las leyes y políticas de Estado. El Presidente no es elegido directamente por los ciudadanos,

sino que es elegido indirectamente a través del Colegio Electoral de los Estados Unidos.

- Poder Judicial: Conformado por la Suprema Corte y las Cortes Federales, cuyos jueces son nombrados por el Presidente con la aprobación del Senado. Interpretan las leyes y anulan aquellas que encuentren inconstitucionales. Los miembros de la Corte Suprema son nueve en total y son nombrados de por vida, aunque actualmente existe una vacante debido al fallecimiento de Antonin Scalia, un Asociado de la Justicia.

Donald Trump es el actual presidente de Estados Unidos y comenzó su mandato en enero de 2017. Una de sus medidas es la oposición a una política inmigratoria liberal porque los inmigrantes podrían querer imponer sus tradiciones culturales y sus valores, que podrían llevar a erosionar la cohesión de la sociedad. Además, Estados Unidos debería también restringir la inmigración por razones de seguridad: la apertura de sus fronteras a favor de una minoría religiosa o étnica podría llevar al caos social.

Trump apoya la reducción de impuestos en todos los niveles, y se opone a negociaciones de libre comercio en el marco internacional. En cuanto al comercio, se ha opuesto al Acuerdo de Asociación Transpacífico (TPP) y ha exigido cambios fundamentales al tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN) con México y Canadá. Su política es proteccionista, la cual tiende a favorecer a su producción interna e incrementos en los aranceles a las importaciones²⁴.

Todos los Estados del país están estructurados muy similarmente. En los Estados, los ciudadanos eligen *directamente* a un gobernador, que ejerce el poder ejecutivo, quien a la vez, elige algunos jueces y miembros de gabinete de sus respectivos Estados, mientras que otros son electos por voto popular.

²⁴Ballotpedia (2016) https://ballotpedia.org/Donald_Trump_presidential_campaign,_2016[Consulta: 15 Abr. 2017]

Los Estados Unidos tienen una relación bilateral positiva con Argentina basada en intereses estratégicos comunes, como la no proliferación, contraterrorismo, la lucha contra la trata de personas y fuertes negocios comerciales.

Argentina también colabora en lo relativo a la ciencia y la tecnología en campos como el espacio, usos pacíficos de la energía nuclear y el medioambiente.

2.3.2 Entorno legal

La ley en Nueva York se basa en el *derecho anglosajón* (derecho creado por las decisiones de los tribunales) y consiste de varios niveles, incluyendo la ley constitucional, la estatutaria, reguladora, ley del caso, ley local, ordenanzas y regulaciones.

La Constitución de Nueva York es la ley suprema de ese Estado, ninguna otra ley, ordenanza, tratado o regulación puede dejar sin efecto a una ley constitucional neoyorkina, salvo la Constitución de Estados Unidos. Es regulado y administrado por la Corte Suprema.

Nueva York está dividido en condados, pueblos y ciudades que son todas corporaciones municipales con su propio gobierno, es decir que cada uno de los asentamientos tiene sus propias leyes y ordenanzas. La ciudad de Nueva York tiene su propio gobierno, con su propia Constitución que enumera los poderes de los gobiernos locales, junto con el poder para elegir el cuerpo legislativo y adoptar sus propias leyes locales. Las leyes locales tienen preponderancia sobre las ordenanzas, resoluciones, regulaciones y reglas locales.

Respecto a la Ciudad de Nueva York, las leyes codificadas son contenidas en el “New York City Administrative Code”, que consiste de 29 títulos, las regulaciones promulgadas por las agencias de la ciudad son contenidas en las “Rules of the City of New York”, que consiste de 71 títulos, y por último, las noticias legales son publicadas en “The City Record”, un periódico oficial a nivel Estado.

2.3.3 Leyes sobre el alcohol

Las leyes relativas al alcohol en Nueva York se encuentran entre las más indulgentes de Estados Unidos. Sin embargo, son considerablemente más restrictivas que otros estados, como Louisiana, Missouri, Nevada, Illinois, New México y Arizona.

The New York State Liquor Authority (NYSLA) y la Division of Alcoholic Beverage Control (DABC) se establecieron en las leyes de Nueva York en 1762 para regular y controlar la producción y distribución dentro del estado, de alcohol. Con el propósito de fomentar y promover la moderación en el consumo, y el respeto y obediencia a la ley.

Consumo On- Premises: en Nueva York el consumo de alcohol está permitido durante cualquier momento del día. Pero hay solo 4 horas al día, de 4am a 8am, con excepción del domingo, que el alcohol no será servido. Finalidad de esta norma es organizar la vida nocturna de este estado.

Consumo Off- Premises: en Nueva York solo las licorerías obtienen el permiso para vender licor, bajo la modalidad off-premises. Los almacenes pueden obtener licencias para vender cervezas o vino únicamente. En caso de que un menor quiera visitar la licorería debe estar siempre acompañado por un adulto, caso contrario el dueño del local sufrirá penalidades.

La edad mínima permitida por la ley para consumir alcohol es 21 años. Siempre que se quiera beber o comprar, se debe mostrar el documento para corroborar esto.

En cuanto a la etiqueta del producto, la misma debe contener información que será regulada y aprobada por Alcohol and Tobacco Tax and Trade Bureau (TTB). La información que exige este ente regulador es:

Health Warning Statement es un requerimiento a nivel nacional que debe tener toda bebida alcohólica y debe decir: ***“Government Warning: (1) According to the surgeon general, women should not drink alcoholic beverages during pregnancy because of the risks of birth defects (2) consumption of alcoholic beverages impairs your ability to drive a car or operate machinery, and may cause health problems”.***

- Contenido neto expresado en sistema métrico
- Contenido alcohólico - % ALCOHOL (ALC) BY VOLUME (VOL)- La letra con la que se indica lo anterior debe tener un tamaño entre 1 y 3 mm.
- Contenido de Carbohidratos
- FD&C yellow no. 5(si aparece este colorante)
- Tratamiento con madera, solo si tuvo tratamiento con madera.
- Sacarina
- Declaración de la presencia de sulfitos
- Presencia de colorantes
- Información de origen e importador:
 - Nombre y marca del producto
 - Clase o tipo de producto
 - Nombre y dirección del productor
 - Nombre y dirección del importador, con una frase clara que diga “*importado por...*”
 - País de origen
 - Presencia de colorantes
 - Declaración de mercancía
 - Edad apta para el consumo
 - Fecha de vencimiento
 - Número de lote
 - Instrucción de mantenimiento

Para poder importar bebidas alcohólicas en Estados Unidos, la ley exige una distribución de tres canales, que consiste en un importador, un distribuidor y un retailer.

2.3.4 Conclusión

En el ámbito político las nuevas medidas adoptadas por el actual presidente de los Estados Unidos, Donald Trump, son conservadoras. Esto se debe a que su ideología es proteger la industria nacional, con lo cual busca aumentar los aranceles en las importaciones y se opone a tratados de libre comercio a los cuales el país ya era miembro. Ergo, es necesario tener en cuenta estos aspectos, ya que podrían impactar de forma negativa en nuestras futuras ventas en el mercado meta. Esto podría restringir la cantidad de ingreso del producto y generar una suba en el costo por el incremento de los aranceles, sin embargo, por el momento no es relevante al no haber generado ningún impacto. Por otra parte, Trump, ya ha comenzado a entablar relaciones políticas y comerciales con el actual presidente de la República Argentina, Mauricio Macri.

El aspecto legal es un punto esencial a tener en cuenta a la hora de querer introducir nuestro producto en el mercado estadounidense. Las leyes que debemos contemplar en el Estado de Nueva York para ingresar el producto son estrictas, por lo cual cumpliremos con los requerimientos para evitar costos y demoras adicionales.

2.4 Mercado Objetivo

Para la elección del país se tuvieron en cuenta características tales como magnitud y densidad poblacional, PBI per cápita, y aspectos culturales, entre otras variables evaluadas. Nuestro mercado meta estará ubicado en la Ciudad de Nueva York, debido principalmente a su gran diversidad y aceptación cultural, y la gran presencia de la cultura italiana en lugares como Brooklyn, Manhattan, The Bronx, Queens, etc. Debido a la falta de producción local de licor de limón -Limoncello-, este producto es importado casi en su totalidad.

A través de estadísticas, en los últimos años se ha observado un aumento en la tendencia de consumo de alcohol en la población norteamericana, siendo esta un 17% mayor desde el 2005 hasta la actualidad²⁵. Por lo tanto, esta tendencia es favorable para la comercialización de nuestro producto.

Estados Unidos es el mercado más grande del mundo en lo que se refiere a la comercialización de alcohol y se caracteriza por un alto componente de importaciones en este sector.

Nuestro target estará dirigido principalmente a descendientes de italianos, en particular adultos jóvenes y de mediana edad, que se vean reflejados con su cultura y tengan la costumbre de disfrutar de la gastronomía italiana en todo su esplendor. Se apuntará también a aquellas personas que encuentren afinidad con estos sabores. Se estima que la población italiana y descendientes de los mismos en unas 2.562.562 personas en la ciudad.²⁶

²⁵ NBC News “Americans are drinking more – A lot more” (2015) <http://www.nbcnews.com/health/health-news/americans-are-drinking-more-lot-more-n347126>[Consulta: 11 May. 2017]

²⁶ American Fact Finder (2014) https://factfinder.census.gov/faces/tableservices/jsf/pages/productview.xhtml?pid=ACS_15_1YR_S0201&prodType=table[Consulta: 15 Abr. 2017]

2.5 Perfil del consumidor

Para entender cómo debe ser el producto y su precio es importante que conozcamos con mayor nivel de detalle a la persona que, independientemente de la compra, será quien consuma nuestro producto.

Las personas que consumen limoncello habitualmente, tienen el hábito de consumir limoncellos importados.

Esta bebida es reconocida por su dulzor, aroma a limón y su sabor cítrico. Por lo tanto, aquella persona que consume este licor, debe tener preferencia por los sabores intensos.

Nos enfocamos a los adultos con descendencia italiana y/o afinidad con dicha cultura y sus sabores quienes se deben encontrar entre los 21 y 64 años de edad. Este segmento debe tener una tendencia a consumir licores de graduación alcohólica alta, así como también preferencia por la gastronomía italiana.

2.6 Cliente

Nuestro cliente será *GothamWines&Spirits*²⁷, quien cumplirá el rol tanto de importador como distribuidor. Hemos decidido trabajar con esta empresa debido a su gran trayectoria, conocimiento del mercado y confiabilidad.

GothamWines&Spirits es una empresa estadounidense dedicada a la importación y distribución de bebidas alcohólicas en los estados de Nueva York y Nueva Jersey. La misma posee un permiso federal como importador y mayorista, lo cual lo habilita a importar bebidas a cualquier puerto de Estado Unidos y la venta a minoristas.

Debido a la dificultad de ingreso de nuevas marcas de bebidas alcohólicas al mercado estadounidense, GWS ha optado por brindar un servicio completo que abarca desde la importación hasta la colocación del producto en los puntos de venta. Esta empresa posee un depósito de almacenamiento situado en Nueva Jersey, donde siempre mantiene un stock de las distintas mercaderías. Cuenta con un equipo de marketing especializado que se encarga de buscar los mejores puntos de venta para ubicar estratégicamente los productos que importa, además de contar con las licencias necesarias para realizar campañas de marketing. Dentro de estas campañas, se encuentran los eventos privados que realizan para promocionar sus marcas.²⁸

Concluimos debido que a lo anteriormente mencionado GWS es un excelente cliente, el cual se ajusta a nuestras necesidades y nos facilitará el negocio en el mercado meta.

²⁷ Gotham Wines & Spirits (2017) <http://www.gwsdistribution.com/>[Consulta: 2 May. 2017]

²⁸ Gotham Wines & Spirits “*Our Mission*” (2017) <http://www.gwsdistribution.com/company/>[Consulta: 2 May. 2017]

2.7 Determinación de la demanda

Para comercializar nuestro producto, se optó como país destino Estados Unidos ya que se caracteriza por tener un alto nivel de densidad poblacional, alto volumen en importaciones de alcohol y la preferencia de la población mayor de edad por el consumo cada vez más frecuente de alcohol. Realizando un estudio superior, se determinó como mercado objetivo la ciudad de Nueva York. Se decidió ingresar a este mercado debido a la extensa comunidad italiana que se encuentra en esta región, sean nativos o descendientes de italianos, con el objetivo de brindarle un producto de calidad. Debido a los vínculos culturales que poseen estas personas con la bebida, favorece la aceptación y buen posicionamiento del producto en el mercado. Adicionalmente, Nueva York es una ciudad que se caracteriza por su gran diversidad cultural y alta densidad poblacional.

Como estrategia de entrada, trabajaremos en conjunto con *Gotham Wine & Spirits* (GWS), quien funcionara al mismo tiempo como importador y distribuidor. Con su gran experiencia en el mercado, nos ayudará a colocar nuestro producto en los lugares idóneos para cumplir con nuestros objetivos.

Con el mercado meta determinado y nuestro perfil de consumidor, hemos logrado estimar la demanda de forma cuantitativa, la cual se procederá a explicar debajo.

En la Ciudad de Nueva York habitan 8.426.743 personas, de las cuales 2.562.562 son descendientes de italianos²⁹. Sabemos, por estudios realizados por *Liqueur Handbook*, que utiliza datos estadísticos nacionales, que el consumo de licor en EEUU ronda el 11,20% del total del mercado del alcohol³⁰. La población adulta que consume algún tipo de bebida alcohólica, al menos una vez por semana, se aproxima al 56,70%. Las cantidades

²⁹ CIA Macroeconomic data (2017) <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/us.html>[Consulta: 15 Abr. 2017]

³⁰Liquor handbook (2015) <https://read.dmtmag.com/i/556469-liquor-handbook-2015>[Consulta: 15 Abr. 2017]

consumidas por año de licores se eleva a 5.777.000 cajas de 12 botellas de 750ml, o unos 51.993.000 litros.

Consecuentemente, con estos datos, en conjunto con las edades de nuestro mercado que representa el 62,22% de la población total, se estima que nuestro mercado será de, aproximadamente, unos 2.054.357 litros de licor por año, representando el market share del 100%.

Nuestro objetivo es un market share del 2% para el final del primer año, elevando el mismo en un punto porcentual todos los años, hasta llegar al 7% al final del año seis. Teniendo esos valores, nuestra demanda será de:

- Año 1: 41.087 litros anuales (2%)
- Año 2: 61.631 litros anuales (3%)
- Año 3: 82.174 litros anuales (4%)
- Año 4: 102.718 litros anuales (5%)
- Año 5: 123.261 litros anuales (6%)
- Año 6: 143.805 litros anuales (7%)

La demanda calculada en los ítems anteriores, son valores estimados linealmente. Se sabe que existen fluctuaciones por temporadas altas y bajas de consumo como se puede evidenciar en el mes de diciembre, en donde el aumento de consumo de tales bebidas tiende a aumentar un 25% aproximadamente. Por lo tanto, los valores calculados anteriormente variarían en esa proporción en el mes mencionado.

Se estima que el crecimiento de la demanda será lento y constante, principalmente por ser una marca desconocida, la competencia, y la falta de control de los canales de distribución en el mercado de destino. Estos factores limitan las posibilidades de obtener mayor cuota de mercado.

Debido a la escasez de control en la distribución en el mercado de destino, se genera una limitación en los métodos publicitarios.

Se decidió ingresar a este mercado debido a la extensa comunidad italiana que se encuentra en esta región, sean nativos o descendientes de italianos, con el objetivo de brindarle un producto de calidad. Debido a los vínculos culturales que poseen estas personas con la bebida, favorece la aceptación y buen posicionamiento del producto en el mercado. Existe la posibilidad de, en los últimos años del proyecto, atender en Estados aledaños, como Nueva Jersey.

Como estrategia de entrada, trabajaremos en conjunto con *GothamWine&Spirits* (GWS), quien funcionara al mismo tiempo como importador y distribuidor. Con su gran experiencia en el mercado, nos ayudará a colocar nuestro producto en los lugares idóneos para cumplir con nuestros objetivos. Se acordó con este importador-distribuidor exportar las mercaderías en condición CIF debido a que las cantidades exportadas, no desea ser responsable de la contratación de flete y seguro.

Teniendo una demanda estimada y un precio CIF unitario, se pudo proyectar con éxito nuestras ventas.

Se calcula que:

- En el primer año se venderán 29.675 limoncellos, que se traduce en un valor de USD 181.011,70.
- En el segundo año se estima vender unas 85.599 limoncellos, obteniendo así un ingreso de USD 523.005,12.
- En el tercer año venderemos 114.131 limoncellos, ganando USD 697.340,15.
- En el cuarto año se venderán 142.664 limoncellos, ingresando USD 871.675,19 en concepto de ventas.
- En el quinto, venderemos 171.197 limoncellos obteniendo un rédito de USD 1.046.010,23.
- Por último, en el sexto año, se venderán 95.870 limoncellos, pues cerraremos el proyecto en junio, generando USD 586.467,96 en ventas.

En la totalidad del proyecto se venderán 639.136 botellas de Verona, obteniendo una ganancia total bruta de USD 3.905.114,97.

2.8 Competencia

Habiendo analizado el mercado en el cual competiremos, consideramos como nuestros principales competidores a las marcas de limoncello que se destacan por la calidad de su contenido, su envase y su market share. A continuación, se detallan:

Pallini³¹

La Marca Pallini es originaria de Italia, la cual también se dedica a la venta de Peachcello (durazno) y Raspicello (frambuesas).

La empresa Pallini exporta sus productos a más de 35 países en el mundo y es un líder en la venta de su limoncello en el Duty Free y en el mercado estadounidense. Pallini también produce Sambuca 313, una gran variedad de licores y productos de repostería para el mercado interno. El licor de Pallini es gluten free, tiene azúcar natural italiano y está producido con limones orgánicos.

En cuanto a su distribución la compañía Pallini siente la necesidad de ganar más mercados considerando el gran éxito italiano de limoncello por medio de diferentes marcas; y un packaging elegante destinado a familias tradicionales. Gracias a SkyySpirits, una compañía joven y agresiva, en USA, Pallini empezó rápidamente a exportar 50.000 litros de limoncello. Su producto se encuentra en el mercado a un precio de USD 23,99³².

Fabrizia³³

Fabrizia es un limoncello artesanal, producido en Estados Unidos por fundadores descendientes de italianos. Debido a su calidad esta considerado en el mercado como una de las mejores marcas.

³¹LimoncelloPallini (2017) <https://www.limoncellopallini.com/>[Consulta: 13 May. 2017]

³²Astor Wines (2017) <http://www.astorwines.com/SearchResultsSingle.aspx?search=05231>[Consulta: 24 May. 2017]

³³Fabrizia Spirits (2017) <http://www.fabriziaspirits.com/>[Consulta: 13 May. 2017]

En cuanto a su envase, es una botella alta, elegante y atractivo con un etiquetado elegante. La botella posee un color amarillo pálido, la cual la hace muy atractiva a la vista. El licor de Fabrizia se vende en casi todos los Estados de la costa Este de Estados Unidos y su precio ronda los USD 18,99³⁴.

Rometti³⁵

Rometti Limoncello es un licor artesanal, que posee ingredientes de muy buena calidad. Para su producción se utilizan limones orgánicos, brindándole al producto una frescura y dulzor único. Su lema es beber el licor helado en compañía de amigos o familia.

Su proceso productivo se realiza en Orange Country, estado de California, Estados Unidos, donde la duración del mismo consiste entre 6 a 8 semanas, lo cual hace que se maximice tanto el color como la textura.

Su envase no es de los más atractivos, sin embargo, los consumidores lo eligen por el gusto sólido a limón, el color y la alta calidad de sus insumos. Su precio ronda los USD 20.

Caravella³⁶

El limoncello Caravella está hecho con limones cosechados en la costa de Amalfi, Italia. Se vende en casi todos los estados de Estados Unidos, y, si bien aún no es tan conocido en este país, tiene un gran potencial para ganar mercados.

El limoncello Caravella fue creado por Paolo Sprone en Milan de una receta familiar que data del año 1898. La compañía fue fundada en 1911 y ahora es una de las compañías más importantes en lo que a la producción de aperitivos se refiere. Aunque la opinión de sus consumidores no es del todo favorable en cuanto al sabor y calidad del producto.

Se puede comprar en el mercado a un precio de USD 19,99³⁷.

³⁴ 1000 corks (2017) <https://1000corks.com/search?page=16&st=Limoncello> [Consulta: 24 May. 2017]

³⁵ Rometti (2017) <https://rometti.wordpress.com/> [Consulta: 13 May. 2017]

³⁶ Caravella Limoncello (2017) <http://www.caravellaus.com/caravella.html> [Consulta: 13 May. 2017]

Sogno Di Sorrento³⁸

El limoncello marca Sogno di Sorrento se produce en un pueblo de la localidad de Salerno, en la costa de Amalfi, Italia. Con lo cual para su producción utiliza como insumo los limones de esta región, los cuales son conocidos mundialmente por su calidad. Este limoncello tiene un aspecto de color Amarillo esfumado con tintes verdes.

El envase es una botella muy alta, la cual genera incomodidad al momento de enfriarla en la heladera.

No es reconocida por su calidad en los insumos, pero si por el alto contenido alcohólico (30%) y su sabor intenso a limón. De acuerdo a los consumidores de este producto, como crítica, encontraron que los sabores no están bien balanceados.

El precio de este licor es USD 29,99³⁹, siendo así uno de los más caros del mercado.

Capri Natura Limoncello⁴⁰

Capri Natura Limoncello es un licor clásico italiano, procedente de la zona de Campania, en Italia.

Tienen una producción siguiendo la receta tradicional de limoncello, no utilizan conservantes ni otros aditivos artificiales.

Lo distintivo de esta marca es la forma original de la botella, la cual es atractiva a la vista, ya que es distinta a cualquier otra. Otorgándole una ventaja al producto.

Su precio es de USD 23,95⁴¹.

³⁷ Wine-searcher (2017) <http://www.wine-searcher.com/find/caravella+limoncello+original+d+liqueur+italy>[Consulta: 24 May. 2017]

³⁸Sogno Di Sorrento (2017) <http://www.sognodisorrento.com/>[Consulta: 13 May. 2017]

³⁹ Wine-searcher (2017) <http://www.wine-searcher.com/find/sogno+sorrento+crema+limoncello+liqueur+campania+italy>[Consulta: 24 May. 2017]

⁴⁰Capri Natura Limoncello (2017) <http://www.caprinatura.com/inglese/img-prodotti/scheda-limone.php>[Consulta: 24 May. 2017]

2.9 Análisis FODA



⁴¹ Wine-searcher (2017) <http://www.wine-searcher.com/find/capri+natura+limoncello+liqueur+campania+italy>[Consulta: 24 May. 2017]

3 Estrategia de Comercialización

3.1 Estrategia de Precios

Nuestro licorcompite mediante una estrategia basada en liderazgo en costos. Esto indica que nuestro licor será accesible en el mercado estadounidense para todos los niveles de renta.

Para producir nuestro limoncello utilizamos insumos de calidad, en especial la de nuestros limones. Nuestra eficacia en los procesos de gestión nos permite producir un producto a un precio competitivo, lo que nos permitirá aumentar nuestra producción de manera continua y estable en los años posteriores.

El precio con el cual queremos llegar al mercado es de USD 18, teniendo en cuenta los márgenes del distribuidor, minoristas y todos los costos agregados del producto. La mayoría de las marcas de limoncello se venden en los locales a un precio entre USD 15 y USD 30, siendo una de las marcas más económicas del mercado. Se utilizará la estrategia de penetración de mercado por precio competitivo.

Es el precio que nos permite cubrir todos estos costos, y no caer en endeudamiento financiero en el primer año de actividad de la empresa. Luego, para generar confianza con nuestro distribuidor se decidirá anclar el precio, logrando una estabilidad, y llegar al distribuidor anualmente con un mismo precio. Esto trae consigo beneficios, pues a mayor producción se reducen los costos unitarios permitiéndonos a la vez aumentar nuestro margen de ganancia manteniendo el precio constante.

3.2 Estrategia de Promoción

Para dar a conocer nuestro producto utilizaremos distintos mecanismos, tales como campaña de display de Google y sitios asociados, página de Facebook e Instagram y sitio web.

La campaña de display de Google y sitios asociados consta de la aparición de banners digitales animados en diferentes páginas web asociadas, que será llevado a cabo por la agencia publicitaria *Bennu*⁴². La finalidad de esta campaña es darnos a conocer por las personas que se encuentren navegando en Internet buscando productos similares.

En cuanto a la página de Facebook y la red social Instagram, ambos serán manejados por los directivos de la empresa. Promocionando el producto a través de publicaciones con fotos e información del producto.

El sitio web oficial será creado y mantenido por la empresa Tomas Web⁴³. El objetivo de esta página es que las personas puedan encontrar información del producto, de la empresa, formas de contacto y lugares de venta. Además, a través del sitio se podrán enviar consultas y sugerencias teniendo de esta forma un contacto directo con nuestros clientes. Adicionalmente, se podrán encontrar sugerencias de recetas en las cuales se puede utilizar el limoncello.

⁴²Bennu Publicidad (2017) www.bennu.tv/ [Consulta: 10 May. 2017]

⁴³ Tomas Web (2017) <https://tomasweb.com.ar/> [Consulta: 10 May. 2017]

3.3 Estrategia de Distribución

En los Estados Unidos, la distribución del alcohol se realiza con el sistema de tres canales, llamado “Threetiersystem”⁴⁴. El sistema de tres niveles se compone de importador, distribuidor, y los minoristas.



Por lo tanto, la cadena de distribución indirecta se compone de 4 canales:

- EXPORTADOR
- IMPORTADOR
- DISTRIBUIDOR
- MINORISTA

En el caso de nuestra empresa, el rol de importador y distribuidor es llevado a cabo por la misma empresa, GothamWines&Spirits.

Importador

El importador contratado en los Estados Unidos, GothamWine&Spirits, quien también cumple el rol de distribuidor, presentará la documentación al servicio de aduana estadounidense Customs and BorderProtection (CBP)⁴⁵. Esta entidad regula la importación, además de brindarle la información a otros entes reguladores de bebidas alcohólicas. Entre

⁴⁴<https://www.prochile.gob.cl/documento-biblioteca/estudio-de-canal-de-distribucion-liquor-stores-en-estados-unidos/>[Consulta: 13 May. 2017]

⁴⁵ Customs and Border Protection (2017) <https://www.cbp.gov/>[Consulta: 13 May. 2017]

ellos está el Alcohol and Tobacco Trade and Tax Bureau (TTB)⁴⁶, el Food and Drug Administration (FDA)⁴⁷, Animal and Plant Health Inspection Service (APHIS)⁴⁸, en el caso de algunas etiquetas o embalajes, y los Alcohol Beverage Control (ABC). Además, GWS deberá presentar una carta emitida por nuestra empresa donde reconoce el acuerdo con GWS para el envío de su producto.

Distribuidor

El mismo importador, Gotham Wines & Spirits, representará el tercer nivel de la cadena de distribución. Para poder vender y distribuir bebidas alcohólicas en EE.UU., los mayoristas deben estar inscritos en el TTB para obtener el “Wholesaler’s Basic Permit”. GWS cumple con este requerimiento. Por otra parte, deberá conseguir la autorización pertinente para comercializar las botellas con las etiquetas que llevan las mismas.

Nuestro distribuidor se encargará de colocar nuestro producto en los distintos puntos de venta que el considere pertinente para la colocación de nuestro producto.

Con el fin de vincularse, negociar y generar confianza con el distribuidor, se ha decidido hacer un viaje de negocios hacia la Sede del importador/distribuidor. El viaje lo realizará al inicio de las actividades el Socio Gerente Damian Sanchez, quien es el encargado de realizar tales tareas. Se pretende gastar aproximadamente USD 2.000 con el fin de adquirir el pasaje, la estadía y los gastos varios que se generen allí.

Minorista

El último eslabón de la cadena de distribución es el minorista. Los mismos serán seleccionados como puntos de venta por el distribuidor, quien tiene experiencia en el mercado, y va a ser el encargado de entablar un vínculo con los mismos.

⁴⁶ Tobacco Trade and Tax Bureau (2017) <https://www.ttb.gov/> [Consulta: 13 May. 2017]

⁴⁷ Food and Drug Administration (2017) <https://www.fda.gov/> [Consulta: 13 May. 2017]

⁴⁸ Animal and Plant Health Inspection Service (2017) <https://www.aphis.usda.gov/aphis/home/> [Consulta: 13 May. 2017]

Los minoristas a los que se desea llegar son supermercados y licorerías, tales como Bowery and Vine, Bottlerocket, Astor Center, Park AvenueLiquor, WarehouseWine&Spirits, 67 Wine&Spirits, entre otros.⁴⁹

4 Operaciones

4.1 **Producto**

El producto que exporta *Verona S.R.L* es una bebida alcohólica, de tipo licor, que se destaca por ser un aperitivo, de sabor dulce e incomparable aroma a limón. Los ingredientes de la bebida son limones de primera selección, alcohol de cereal tridestilado, agua y azúcar. El licor se obtendrá de la maceración de la piel del limón en el alcohol, alcanzando así una graduación alcohólica del 26%.

En lo que respecta a la presentación del producto, el licor será embotellado en envases de vidrio de 750 ml. En cuanto a la conservación del licor, una vez abierto, se recomienda que sea refrigerado.

Verona S.R.L busca llevar al paladar de sus clientes un sabor dulce y refrescante que podrá ser disfrutado tanto en su presentación original, como así también en cualquier coctel o trago a base de este licor.

⁴⁹ Timeout “*The best Liquor stores in New York City*” (2017)

<https://www.timeout.com/newyork/shopping/the-best-liquor-stores-in-new-york> [Consulta: 13 May. 2017]

4.2 Envase

El envase utilizado será una botella de vidrio cuyo modelo es Burdeos Stelvin con una capacidad de 750 mililitros y un peso en vacío aproximado de 400 gramos. Las dimensiones de la misma son 300,5 milímetros de alto, 73 milímetros de ancho, y el cuello tiene una dimensión de 59,5 milímetros x 30 de diámetro. Es decir, es una botella alta de cuerpo angosto con cuello corto.

Se le aplicara satinado y un diseño vitrificado con función de etiqueta para lograr varios fines: el de atraer la atención de los consumidores finales, comunicar la marca, informar el contenido, los ingredientes, la graduación alcohólica, certificados fitosanitarios, importador, distribuidor, regulaciones legales y modo preferente de consumo.

La botella tendrá una tapa Pilfer corta, de dimensiones 31,5 de diámetro x 24 de largo.

4.3 Cadena de Suministro

La producción de limoncello requiere varios insumos, los cuales serán adquiridos en el mercado local. Estos insumos los dividiremos en tres grupos:

1. **Insumos básicos**: son los insumos necesarios para poder producir la bebida en sí.

Estos son:

- a. **Limonas**: Serán adquiridos del Mercado Central de Buenos Aires, a un precio de \$11,67 el kilogramo.⁵⁰
- b. **Alcohol de cereal**: Será adquirido de la empresa Iria Flavia S.A.⁵¹ a un precio de \$19,50 más IVA por litro, precio que contiene el envío a la zona de Barracas. A la vez la empresa nos venderá un contenedor plástico de 1000 litros para el almacenamiento y transporte del alcohol a un precio de \$2000.
- c. **Agua**: El agua será provista por la Embotelladora Siffredi S.A.C.I.F. y A., quién acordó con nuestra empresa producir el almíbar con su propia agua corriente filtrada y purificada. El precio de la misma está contenida en el presupuesto otorgado por la empresa.
- d. **Azúcar**: El azúcar necesario para producir el almíbar será provisto por Ledesma S.A. a un precio de \$20,40 el kilogramo Premium.

Para recolectar los insumos básicos se contratará el servicio de flete de la empresa MC Cargas SRL⁵² contratando dos camiones; uno con capacidad de 7 toneladas, que se encargará de la búsqueda de los limones y el alcohol, mientras que el de menor porte con una capacidad de 3000kg se encargará de buscar el azúcar.

⁵⁰Mercado Central “Precios Mayoristas” (2017) <http://www.mercadocentral.gob.ar/servicios/precios-y-volumenes/precios-mayoristas>[Consulta: 10 May. 2017]

⁵¹Acoholera Flavia – Alcoholes Industriales y Medicinales (2017) <http://www.alcoholeraflavia.com.ar/contacto.html>[Consulta: 29 Abr. 2017]

⁵²MC Cargas SRL (2017) <http://www.mccargassrl.com.ar/>[Consulta: 17 Abr. 2017]

Los limones y el alcohol serán enviados a nuestra fábrica para la producción del alcohol macerado, mientras que el flete con el azúcar se enviará directo a *Embotelladora Siffredi* para la producción del almíbar.

Al terminar el macerado, el mismo será enviado a la embotelladora para terminar el limoncello.

Insumos de envases: Son los insumos referentes a la botella y sus diseños gráficos.

- e. **Botellas:** Serán adquiridas de Cattorini Hermanos S.A.C.I.F. e I⁵³. las botellas modelo Burdeos Stelvin de vidrio blanco con capacidad de 750cc a un precio unitario de \$4,177 más IVA.
- f. **Tapas de aluminio:** Las tapas tipo Pilfer corta serán adquiridas de *Megaenvases S.A.* a un precio unitario de \$0,90 más IVA.
- g. **Satinado y vitrificado:** Los servicios de satinado y vitrificado lo proveerá la empresa *Delisiglass Avellaneda S.R.L.*⁵⁴. quienes nos cobrarán \$6 más IVA por unidad en total por ambos servicios.

Para la recolección de las botellas y las tapas, también se utilizará la empresa MC Cargas SRL que recolectará los mismos y los enviará directamente a *Delisiglass Avellaneda S.R.L.* para el vitrificado y satinado, y luego de terminado el proceso, se enviará a *Embotelladora Siffredi*. Estos insumos nunca llegarán a nuestra fábrica.

2. Insumos de embalaje y paletizado:

- a. **Pallets:** Los pallets de 1 metro por 1,20 metros serán adquiridos de *PME Argentina S.A.* a un precio unitario de \$202 más IVA.
- b. **Cajas de cartón doble labio:** Las cajas de cartón reforzadas serán adquiridas de *Argentina Embalajes P.A.C.C.A.* a un precio de \$16,49 más IVA.

⁵³Google “*Búsqueda Cattorini Hnos.*” (2017)

https://www.google.com.ar/search?q=CATTORINI+HERMANOS&ie=utf-8&oe=utf-8&client=firefox-b-ab&gfe_rd=cr&ei=Ii4vWbS1BKeB8QeGkJLIa#q=CATTORINI+HERMANOS&safe=strict&rflfq=1&rlha=0&rllag=-34715180.-58351751.4070&tbn=lcl&rdimm=12321213872495864608&tbs=lr!2m1!1e2!3sEAE.If:1.lf ui:2&gfe_rd=c
r[Consulta: 30 May. 2017]

⁵⁴*Delisiglass Avellaneda SRL* (2017) <http://www.dlga.com.ar/>[Consulta: 28 Abr. 2017]

- c. Divisores: Los divisores de cartón se encargan de dividir y ordenar las botellas dentro de la caja y son adquiridas de ShowPacket S.A. a un precio unitario de \$10,50 más IVA.
- d. Esquineros de cartón: Los esquineros son utilizados al consolidar la carga en el pallet para evitar rupturas en las cajas. Los mismos serán adquiridos de Flejes San Andres S.R.L., a un precio unitario de \$4 + IVA el metro.
- e. Planchas de cartón: Las planchas de cartón, como indica el nombre, son placas que separan los pisos de las cajas apiladas en el pallet, con el objetivo de reforzar el apilado y evitar que el peso destruya las cajas de los pisos inferiores. Su costo es de \$12 + IVA por plancha y se adquiere de Grupo Embalajes Industriales S.A.
- f. Film de 30 micrones: El film es utilizado al final del proceso para embalar todas las cajas ya apiladas, con las placas y los esquineros colocados. Es decir, se “envuelve” todo el pallet con film para evitar movimiento del contenido y proteger las cajas de la humedad y los posibles daños del traslado. Será adquirido de Flejes San Andrés S.R.L. El precio de adquisición será \$40,3 + IVA el kg.

Todos estos insumos serán recolectados por MC Cargas SRL⁵⁵ y serán enviados directamente a la Embotelladora Siffredi, quien se encargará de todo el proceso de embalaje y paletizado de la mercadería, dejándola lista para su recolección y traslado al puerto de Buenos Aires. Para enviar la mercadería al puerto se utilizará un camión con acoplado contratado de la empresa Transportes SP.

Como se ha mencionado, hemos optado por delegar parte de nuestra producción a Embotelladora Siffredi S.A.C.I.F. y A., la que se encargará de proveernos el servicio de envasado y embotellado, por un precio de \$4,30 más IVA por unidad, que incluye:

⁵⁵<http://www.mccargassrl.com.ar/servicios/tarifas.html>[Consulta: 30 Abr. 2017]

1. Recepción de todos los insumos en la planta embotelladora.
2. Elaboración de la fórmula de la bebida con alcohol.
3. Lavado automático de los envases de vidrio.
4. Envasado automático del producto.
5. Codificación con la fecha de envasado y vencimiento en la tapa.
6. Armado manual de las cajas de cartón.
7. Carga de los pallets al transporte que retire el producto terminado.

4.4 Proceso productivo

Para la elaboración del Limoncello se requieren los siguientes ingredientes por cada litro (estas cantidades son aproximadas pues las cantidades son industriales):

- 2,7 limones orgánicos
- 400 gramos de azúcar
- 800 mililitros de agua
- 267 mililitros de alcohol de cereal tridestilado

El proceso de producción del Limoncello comienza al reunir todos los ingredientes necesarios nombrados anteriormente.

1. Se deberán descargar los insumos en la fábrica utilizando un autoelevador alquilado, organizándolos inteligentemente para su fácil acceso.
2. Una vez organizado y desembalado los insumos, comienza el proceso de fabricación.
3. Se procede a limpiar los limones con la máquina lavadora.
4. Luego del lavado, se procede a descascarar los limones milimétricamente con la máquina peladora, quitando únicamente la “parte amarilla” de la cáscara. El limón restante se descarta.

5. La cáscara se la coloca en un recipiente de almacenamiento (barriles de acero industriales) y se le vierte luego el alcohol de cereal tridestilado. Se deja macerar el contenido 10 días.
6. Se filtran las cáscaras de limón del macerado, para dejar preparado el alcohol para su posterior traslado a la próxima fase de producción.

A partir de este momento se terceriza todo el proceso productivo. Este proceso será llevado a cabo por Embotelladora Siffredi S.A.C.I.F. y A. quien se ocupará del resto de la producción, detallado a continuación:

7. Se envía el alcohol macerado junto con el resto de los insumos (azúcar, botellas, tapas, cajas, divisores, pallets, film, esquineros) a la embotelladora.
8. La embotelladora se encarga de la producción del almíbar, colocando agua y azúcar en una mezcladora automatizada, a la temperatura necesaria para su fabricación.
9. Procederá a mezclar el alcohol con el almíbar.
10. Luego del mezclado, el Limoncello ya estará en su etapa final, y será filtrado por última vez, para desechar toda impureza.
11. Procederá, luego, al lavado de las botellas y embotellado del Limoncello producido en las mismas, se sellarán y se guardarán en sus respectivas cajas, de a doce unidades.
12. Se comienza el proceso de embalaje una vez finalizado el guardado en las cajas individuales. Se apilan las cajas de a tres cajas de ancho, tres de largo y 6 de alto, maximizando el espacio utilizado por pallet.
13. Una vez terminado el proceso de empaquetado y paletizado, se procede a cargar los bienes al transporte que lo llevará al puerto, para ser enviado a su destino.

4.5 Inicio y primera exportación

La empresa *Verona S.R.L.* inicia sus actividades el 1 de Junio de 2017 donde se procederá al patentamiento de la marca del limoncello en el INPI⁵⁶. También nos registraremos en la DGA, (Dirección General de Aduanas), como importador/exportador.

Verona S.R.L. llevará a cabo sus actividades en Paracas 300, Barracas, CABA⁵⁷, en cuya dirección se encuentra un depósito, el cual será utilizado por la empresa bajo contrato de alquiler.

Una vez que estemos registrados como importador/exportador procederemos a la compra de las maquinarias necesarias para la producción, las cuales provienen de China, tardando las mismas, treinta y siete días en arribar al Puerto de Buenos Aires. Para la importación de las maquinas necesitaremos certificado del ANMAT. Teniendo en cuenta el dato anterior se estima que los primeros días de Julio se podrá tener las maquinarias en el depósito ya instaladas y listas para comenzar a ser utilizadas, con lo cual los primeros días del mes de Julio comienza el proceso productivo de *Verona*.

Se procederá a la compra de la totalidad de los insumos, de los cuales únicamente serán enviado a nuestra fabrica los limones y el alcohol para la producción del macerado; mientras que los restantes serán enviados directamente a la *Embotelladora Siffredi S.A.C.I.F y A.* para la producción del almíbar y el mezclado final.

Una vez que dispongamos de los insumos, se colocarán los limones en la maquina peladora industrial para extraer la cascara de los mismos. Luego esa cascara se pondrá a macerar en alcohol por 10 días y cumplido ese periodo de tiempo se filtrará para obtener la infusión que luego será enviada a *Embotelladora*.

⁵⁶ Instituto Nacional de la Propiedad Industrial (2017) <http://www.inpi.gov.ar/Index.php> [Consulta: 3 May. 2017]

⁵⁷ Properati (2017) http://www.properati.com.ar/13th0_alquiler_galpon_barracas_deborah-sosa-inversiones-inmobiliarias_ahn [Consulta: 10 Abr. 2017]

La embotelladora realizara la mezcla final entre el macerado y el almíbar. Finalizada la mezcla se llevará a cabo el envasado, en las botellas que provee *Catorini Hermanos S.A.C.I.F.*, que previamente fueron vitrificadas y satinadas por *Delisiglass Avellaneda S.R.L.*

Por último se procederá a embalar las botellas ya selladas dentro de las cajas, cuyas dimensiones son 30cm x 30cm x 30cm y su capacidad es de 12 botellas de 750ml, con los divisores que le proveemos a la embotelladora.

Luego, esas cajas armadas se apiladas en pallets de 1m x 1,2m de manera que queden dispuestas en 3 cajas de ancho, 4 de largo y 5 de alto, dividiendo los “pisos” con planchas de cartón, colocando luego los esquineros. Finalmente, una vez consolidadas las cajas en los pallets, los mismos serán recubiertos con film de 30 micrones. El peso total de cada pallet será de 950kg aproximadamente.

En la primera exportación se estima enviar 9.130 botellas, lo que se traduce en 762 cajas, y 13 pallets. Estos pallets serán cargados desde la Embotelladora y serán enviados directamente al Puerto de Buenos Aires para su posterior consolidado en un contenedor de 40' Dry y enviado al puerto de Nueva York.

Se utilizará un solo contenedor para los dos primeros años, pues se enviarán 13 y 19 pallets, respectivamente, y para el resto de los años se utilizarán dos contenedores 40' Dry, debido a que se enviarán 26, 32, 39 y 44 pallets, respectivamente (en el último año se apilará un pallet con 6 pisos en vez de 5 para que pueda ingresar todo en un contenedor).

Para llevar a cabo las tareas administrativas relacionadas a la exportación, se decidió tercerizar contratando el servicio de despacho de aduana de la empresa *LibSolutions Argentina S.R.L.*

Estos se encargarán de presentar los siguientes documentos

- Certificado de origen
- Certificado de Seguridad Eléctrica, emitida por IRAM
- Certificados SENASA

También abonará todos los trámites y servicios pertinentes para el despacho

- Ivetra,
- THC,
- Tollfee,
- CleaningFee,
- Gate in,
- M&R Fee,
- SealFee,
- ISPS,
- Handling exportación,
- Emisión de B/L,
- Certificado de origen extrazona y,
- SIM
- Digitalización de documentos

En cuanto a la logística internacional, se contratará a la empresa *AGL Argentina S.A.* quienes nos proveerá los servicios de forwarder ofreciendo el flete internacional y el seguro internacional. Nuestra primera exportación se realizará los últimos días del mes de Julio partiendo del Puerto de Buenos Aires, arribando al Puerto de Nueva York en aproximadamente 23 días.

Una vez embarcada y facturada la mercadería, solicitamos la devolución de IVA correspondiente, que se estima recuperar a 120 días.

Arribado el barco en el puerto de destino, se desconsolidará la mercadería y será enviada a un depósito fiscal del puerto, listas para ser retiradas por el importador. Las mercaderías deberán ser declaradas ante el U.S. Custom Border Protection y estarán sujetas a verificación de las normas vigentes de Estados Unidos por funcionarios del CBP.

El importador será Gotham Wines & Spirits, con el cual se confeccionará un contrato para el ingreso de los licores en el Estado de New York, además de encargarse de la distribución a los minoristas para su venta al público. El distribuidor se encargará de vender la mercadería y una vez vendida la misma procederá a pagarnos el embarque. Algunos de los minoristas

más importantes con los que trabaja este distribuidor son: Bowery and Vine, Bottlerocket, Astor Center, Park AvenueLiquor, WarehouseWine&Spirits y 67 Wine&Spirits, los cuales cumplen con las condiciones y características requeridas por nuestra empresa para comercializar nuestro limoncello.

El plazo de cobro por nuestras mercaderías se negoció en 60 días a partir de la emisión de B/L. Acto seguido, se procederá a tramitar el cobro de reintegro por la mercadería exportada, que se estima cobrar a 120 días del cobro de la operación.

4.6 Posición Arancelaria

La posición arancelaria de nuestro producto en Argentina según la Nomenclatura Común del Mercosur, país de origen del producto, es: 2208.70.00.200N⁵⁸.

Esta posición encuadra con nuestro producto ya que el mismo es una bebida alcohólica de clase licor, con graduación alcohólica inferior al 28 % como indicada en la partida.

En cuanto a los Derechos de Exportación, para esta posición será del 0%. Mientras que los reintegros serán del 5,5% antes de impuestos.

Estados Unidos es el país destino de nuestra exportación, en el cual la posición arancelaria del limoncello es 2208.70.00.30⁵⁹. El ingreso de licores a los Estados Unidos no posee derecho de importación, tanto para los países con tratados especiales, como con el resto del mundo. Existe la excepción de licores que provienen de Cuba o Corea del Norte, cuyo ingreso si sufre un impacto arancelario de USD 3.08 por cada ProofLiter. Los licores procedentes de Argentina entran sin abonar derecho de importación.

⁵⁸TARIFAR (2017) <http://tarifar.com/tarifar/home.jsp> [Consulta: 10 Abr. 2017]

⁵⁹ Harmonized Tariff Schedule(2017) <https://hts.usitc.gov/?query=220870>[Consulta: 10 Abr. 2017]

Harmonized Tariff Schedule of the United States (2017)

Annotated for Statistical Reporting Purposes

IV
22-14

Heading/ Subheading	Stat. Suf- fix	Article Description	Unit of Quantity	Rates of Duty			
				General	1		2
					Special		
2208 (con.)		Undenatured ethyl alcohol of an alcoholic strength by volume of less than 80 percent vol.; spirits, liqueurs and other spirituous beverages: (con.)					
2208.70.00		Liqueurs and cordials.....		Free <u>1/</u>		\$3.08/pf. liter <u>1/</u>	
	30	In containers each holding not over 4 liters.....	pf.liters				
	60	In containers each holding over 4 liters.....	pf.liters				

5 Proyecciones Financieras

5.1 Precio FOB

Teniendo en cuenta los siguientes datos:

Utilidad (de 36,16% a 55,25%)

Los reintegros (5,5% o 3,3575% neto ganancias)

Honorarios de despachante aduana (0,75%)

Comisiones bancarias⁶⁰ (0,25%)

Costos fijos

Costos variables

Flete internacional

Seguro Internacional

Nuestro producto se exportará en condición CIF, logrando a lo largo del proyecto un precio unitario uniforme de CIF USD 6,10 en todos los años, pues nuestro objetivo es llegar al mercado con un precio sugerido de USD 18.

Los márgenes de utilidad varían para mantener ese precio final a lo largo de todo el proyecto, desde un 36,16% el primer año a un 55,25% en el último año. Con esos márgenes, nuestros costos estarán cubiertos y permitirá una rentabilidad considerable, principalmente en los últimos tres años.

⁶⁰ Santander Río comisiones <http://www.santanderrio.com.ar/banco/online/personas/acerca-de-nosotros/legales/comisiones-BCRA>[Consultas: 19 May. 2017]

5.2 Precio de Mercado

Para llegar al mercado de destino con un precio final de 18 dólares, partimos con un precio CIF unitario de USD 6,10. A este precio CIF unitario le debemos prorratear los costos que se generan en el puerto destino hasta lograr que el importador tenga consigo la mercadería. Tales son:

ENTRY 155 USD

HANDLING 85 USD

MENSAJERIA 45 USD

ISF 55 USD

BOND FIANZA 7,20 USD por cada 1000 USD del valor de la factura

MERCHANDISE PROCESSING FEE 0,3424% sobre el valor de la factura

HARBOUR MAINTENACE FEE 0,125% sobre el valor de la factura

Los valores mencionados anteriormente son sobre el valor CIF total, por lo tanto, al dividirlo por las cantidades embarcadas, el valor unitario añadido será de 0,21 USD. Luego se le adiciona el flete interno que se traduce en 0,04 USD adicionales, al igual que el almacenamiento, también con un valor de 0,04 USD.

Para poder vender el producto en Nueva York, se debe pagar un impuesto Federal (el cual se abona al momento de la importación) y un impuesto Estatal que adicionan un valor de 2,14 USD y 1,48 USD por unidad, respectivamente. Al sumar todos estos conceptos, llegamos al precio del distribuidor al cual le agregará un margen de utilidad, estimado en 40%, que se traduce en un costo unitario de 4,11 USD, y éste a la vez le venderá al minorista, cargando al precio un delivery de 0,28 USD y éste último le adicionará un margen del 25%, traduciéndose en 3,60 USD. El precio final será entonces, de 18 USD.

Teniendo en cuenta que el precio promedio de los licores es de USD 26, por lo tanto, llegar a este precio nos convierte en una marca muy competitiva en precio.

5.3 Forma de Cobro

Se ha establecido con el cliente *Gotham* un plazo de cobro de 60 días, contados desde el embarque de la mercadería. En cuanto a la factura será emitida el mismo día que se exporta y embarca la mercadería.

La forma de cobro que utilizaremos es una cobranza documentaria diferida a 60 días.

Se eligió este medio de pago debido principalmente por ser un medio ágil, económico y que ofrece la alternativa de descontar la letra de cambio aceptada en el banco en caso de necesitar financiamiento inmediato. Esto cobra más sentido en el primer año, período que no obtendremos ganancias y requeriremos de liquidez para la continuidad de la producción. Lo que se busca con este medio de cobro es generar confianza con este importador garantizando la entrega de los documentos para que la mercadería quede en su poder, difiriendo a 60 días el pago por las mismas, asumiendo nosotros el riesgo de incobrabilidad.

Otorgamos 60 días principalmente para darle comodidad al importador de tramitar todos los documentos necesarios para el pago y que goce un tiempo extra de financiación. De cualquier manera, siendo Gotham un importador/distribuidor importante en Estados Unidos, las posibilidades de incobrabilidad son casi nulas.

El ingreso y liquidación de divisas se realizará el mismo día en que se cobren las exportaciones. Esto se debe a la necesidad de liquidez en la cuenta de la empresa para poder sustentar las operaciones de la misma, principalmente en el primer año y la mitad del segundo, donde la financiación otorgada por nosotros a Gotham Wines & Spirits nos perjudica financieramente. En los años posteriores, se liquidarán las divisas cuando el tipo de cambio nos favorezca.

5.4 Plan de contingencia

En caso que nuestro cliente desista de la operación o no acepte las condiciones de cobro, se procederá a venderle la mercadería a un segundo importador y distribuidor –MHW LTD-. La mercadería será destinada a una zona franca en la cual se reimprimirá la etiqueta cambiando el importador GothamWines&Spirits por el último, MHW LTD.

5.5 Estado de resultados

En lo que respecta al estado de resultados, el primer año se generan pérdidas en USD 51.316,70 debido principalmente a los altos costos de inversión y acondicionamiento de nuestro depósito, junto con la venta financiada a 60 días con nuestro importador/distribuidor.

Todos los años restantes arrojan resultados positivos, aumentando constantemente a lo largo del proyecto. La ganancia neta del segundo año logra compensar las pérdidas del primero con una ganancia neta de USD 123.510,32. Asimismo, en el último año se logra una ganancia neta de USD 417.648,65 que se explica mayormente por las mayores cantidades exportadas y la consecuente absorción de costos fijos por parte de las mismas, disminuyendo los costos unitarios y logrando una mayor utilidad unitaria.

Para el cálculo del estado de resultados se tomaron en cuenta las ventas netas, que se calculan sumando todos los ingresos por exportación de los productos en el año fiscal. En este caso, el primer año fiscal se cierra irregularmente en diciembre, por lo tanto será un año corto. Las ventas netas se elevan a USD 111.329,81, de los cuales se le deben restar los costos de producción (CMV) que se elevan a USD 130.346,11. Para el cálculo del CMV se tuvieron en cuenta los siguientes costos:

- El total de inversiones
- Todos los sueldos con sus respectivas cargas sociales
- Todos los insumos y sus respectivos fletes
- Alquiler de autoelevador para cargar/descargar
- Flete hacia el puerto de Buenos Aires

Con estos dos valores podemos evidenciar la utilidad bruta, la cual será negativa en USD 19.016,30. A esta utilidad se le restan los gastos administrativos y comerciales, compuestos por:

- Servicios contables
- Mantenimiento de cuenta corriente
- Servicios de electricidad, agua y gas
- ABL
- Servicio de Seguridad e Higiene
- Alquiler de depósito
- Costos hundidos
 - Garantía de alquiler
 - Acondicionamiento de depósito
 - Muebles y útiles
 - Trámite de R.N.E.
 - Trámite de R.N.P.A.
 - Habilitación de uso de instalaciones
 - Permiso de distribución en Nueva York
 - Registro de marca en Nueva York
 - Start-up fee del distribuidor en Nueva York
- Certificados de origen
- Gastos portuarios
 - Ivetra
 - THC
 - TollFee
 - CleaningFee
 - Gate in
 - M&R Fee
 - SealFee
 - ISPS
 - Handling exportación
 - Emisión de B/L
- Despacho
 - Comisión del despachante
 - SIM

- Digitalización
- Comisión bancaria por emisión de cobranza documentaria
- SWIFT
- Courier
- Publicidad
- Comisión por distribución en Nueva York, y
- Amortizaciones

Una vez asumidos todos estos gastos, la utilidad operativa resultará negativa en USD 86.815,50, pero luego de sumarle los reintegros y las devoluciones de IVA correspondientes a las exportaciones, la utilidad antes de impuestos asciende a USD 78.962,52, aunque sigue siendo un valor negativo.

Como el primer año el resultado antes de impuestos es negativo, no se le aplica impuesto a las ganancias, sino que se logra un ahorro fiscal de USD 27.636,88 que se cancelará el año siguiente, descontando ese valor de las ganancias a pagar del año 2018.

En los años posteriores el cálculo se repite, sin tener en cuenta los costos asumidos por única vez al comienzo de actividades.

- En el año 2017 se estima una ganancia neta de USD -51.325,64
- En el año 2018 se estima una ganancia neta de USD 123.487,21
- En el año 2019 se estima una ganancia neta de USD 159.839,47
- En el año 2020 se estima una ganancia neta de USD 231.673,70
- En el año 2021 se estima una ganancia neta de USD 319.557,46
- En el año 2022 se estima una ganancia neta de USD 417.610,66

5.6 Efectos tributarios

Con respecto a los efectos tributarios, se toman en consideración el impuesto a las ganancias, el impuesto al valor agregado y los reintegros.

A lo largo del proyecto, nuestros ingresos se verán afectados en gran medida por el impuesto a las ganancias, cuyo gravamen se encuentra en 35% de la utilidad del negocio. En nuestro proyecto, deberemos pagar distintas cantidades en años posteriores; en 2017 tendremos un ahorro fiscal de USD 27.636,88 porque generamos pérdida. Este valor se recupera en el año 2018, que se pagará USD 23.974,83 en concepto de ganancias. En 2019 el impuesto se eleva a USD 86.067,41, en 2020 a USD 124.747,38, en 2021 USD 172.069,40 y en 2022 USD 224.867,28.

Estos valores se pagan a los cinco meses del cierre del año fiscal de la empresa, por lo tanto se paga en el mes de mayo del año subsiguiente.

El impuesto a las ganancias es el único impuesto que merma nuestros ingresos. Caso contrario es la devolución del IVA, que si bien no representa un “ingreso” propiamente dicho, pues nuestra empresa paga IVA a la hora de comprar bienes y servicios en el mercado local, representa una cancelación del pago de IVA efectuado. La devolución de IVA será menor en el primer año pues las compras locales de insumos y servicios será menor, ya que está condicionado por las cantidades que se exportarán, pero se colocará en USD 4.876,53 en el primer año, que se devolverá a los 120 días post embarque. En el primer año fiscal se cobrará únicamente una devolución, quedando dos devoluciones diferidas al año siguiente.

En los años posteriores, la devolución será mayor debido al crecimiento de compras locales, mostrando su máximo en el año 2022 con una devolución total de USD 17.627,59 por embarque.

Por último, se cobrarán reintegros del 5,50% del valor FOB de la mercadería. Naturalmente, debido a que el valor FOB cambiará a lo largo del proyecto por las mayores

cantidades exportadas, los reintegros irán creciendo proporcionalmente, desde su mínimo en el año 2017 –USD 2.976,45-, hasta su máximo en 2022 –USD 10.555,60-.

5.7 Índices

Para lograr entender de forma sencilla la rentabilidad del proyecto, se calcularon varios índices con tal fin; VAN, TIR, Payback, puntos de equilibrio, márgenes de seguridad y WACC⁶¹.

El Valor Actual Neto nos dará el valor presente de todos los flujos de fondo que tengamos a lo largo del proyecto, en otras palabras, nos dirá cuánto dinero de “hoy” ganaremos. En nuestro caso, teniendo en cuenta la inversión inicial de USD 90.700, más todos los ingresos a lo largo del proyecto y teniendo una tasa de corte del 23,00% (valor de las LEBAC⁶² a un año) siendo el coste de oportunidad más alto, obtendremos un valor VAN de USD 443.002,22.

En el caso de la Tasa Interna de Retorno, ésta asciende a 71,52%, siendo un valor que supera la tasa de corte del 23,00%, demostrando que el proyecto es rentable y una mejor alternativa.

El Payback es básicamente el tiempo necesario para recuperar la inversión inicial, que se calcula tomando todos los flujos de fondos hasta llegar al valor de tal inversión. En nuestro caso, la inversión se recuperará a los 18 meses de iniciadas las actividades de exportación. En el caso del Payback actualizado, actualizando los flujos con el costo de oportunidad, el recupero de la inversión inicial se logrará a los 20 meses.

⁶¹http://people.stern.nyu.edu/adamodar/New_Home_Page/datafile/wacc.html[Consulta: 18 May. 2017]

⁶²<http://www.infobae.com/economia/2017/05/16/el-banco-central-subio-la-tasa-de-lebac-del-24-25-al-255-anual/>[Consulta: 18 May. 2017]

Por último, se ha calculado el punto de equilibrio como un valor de referencia más que de indicador de rentabilidad, pues nos indica a que nivel de ventas no hay pérdida. En nuestro caso, en el primer año se deben vender 3.363 unidades para no tener pérdida, lo cual se lograría pues nuestras ventas estimadas ascienden a 9.130 en el primer año, logrando un margen de seguridad del 63,17%. Nuestro mayor margen de seguridad se logra en el año 2022, pues al lograr mayor producción y, por ende, menor costo unitario, nuestro punto de equilibrio se ubica en 3.925 unidades, logrando un margen del 87,72%, pues las ventas estimadas se elevan a 31.957 unidades.

Debido a que nuestra empresa no contrae ningún tipo de financiación de terceros, nuestro capital será 100% propio y el WACC será relativamente bajo, ubicándose en 6,96%.

6 Conclusión

Desde un inicio, buscamos emprender en un proyecto de inversión que fuera viable y rentable. Nuestro principal incentivo, fue la afinidad con la cultura italiana y optamos por crear un negocio propio que se aproxime a nuestras preferencias y raíces. Dadas estas razones, el producto que elegimos fue el Limoncello, un producto netamente italiano.

Evaluando diversos contextos en materia económica, política, social y normativa, encontramos en Estados Unidos, un destino favorable para la comercialización de nuestro producto. Además, en este país hallamos una gran concentración de nuestros potenciales consumidores en la región Noreste, particularmente, Nueva York.

Para llevar a cabo este proyecto exitosamente, buscamos un cliente que se alinee con nuestros objetivos estratégicos. Este cliente es Gotham, Wine&Spirits, el cual tiene una vasta trayectoria en el mercado y nos ayudara a hacerle llegar al potencial consumidor final nuestro producto colocándolo en los puntos de venta óptimos.

Dadas las circunstancias anteriormente nombradas, Verona SRL, nació para dar vida a este proyecto, comenzando con una pequeña estructura y una alianza estratégica con la Embotelladora Siffredi que nos permitirá producir y exportar nuestro principal producto. Esto será posible gracias a la sinergia lograda entre nuestros recursos humanos, financieros y un eficiente staff de apoyo que nos ayudará a llevar a cabo este negocio rentable, evidencia que nos otorgó los índices TIR y VAN.

7 Anexos

7.1 Cotización de Seguridad e Higiene

Presupuesto_2017



rodrigo abeldaño <rohernabel@gmail.com>

vie 28/04, 02:15 p.m.

Usted



Responder | ▾



PRESUPUESTO_HyS.doc

39 KB



descargar Guardar en OneDrive - Personal

Vanina:

Acorde lo conversado, adjunto te envío un presupuesto.

En lo que respecta a higiene y seguridad, solo sería correcto contemplar el presupuesto, debido a que se trata de un servicio externo, y el resto de las actividades son acorde la ley 19587/72, Decreto 351/79. Dichas actividades se encuentran detalladas en el archivo adjunto.

Tengo modelos de programa de trabajos seguros /plan de tareas seguras, si quieres te los envío, pero me parece que no corresponderían porque la tesis es de otra especialidad.

Saludos, Rodrigo

Buenos Aires, 28 de abril de 2017

-Edificio Bco. Encalada

Ref.:

COTIZACIÓN: Servicio de Higiene y Seguridad, Plan de evacuación, Estudio de Ruido, iluminación, ergonomía, medición de Puesta a Tierra.

De mi mayor consideración:

Tengo el agrado de dirigirme a usted a los efectos de realizar la cotización del Plan de Evacuación.

Las actividades contempladas en la presente cotización son las siguientes:

A) COBERTURA LEGAL:

- ⇒ Designación de SAFETY argentina[®] como consultora externa para realizar el Plan de Evacuación.
- ⇒ La misma queda encuadrada en la siguiente legislación: Ley 19587/72, Decreto 351/79.

B) GESTIÓN INTEGRAL SOBRE:

- ⇒ Relevamiento inicial de riesgos.
- ⇒ Cumplimiento de la legislación vigente en materia de Higiene y Seguridad en el Trabajo (referente a la cotización).
- ⇒ Gestión y representación ante autoridades del GCBA, ART, SRT, DEFENSA CIVIL.
- ⇒ Redacción y ejecución del Plan de evacuación, planos, dos simulacros de evaluación anuales y presentación ante DEFENSA CIVIL.
- ⇒ Encomienda profesional ante el consejo profesional de ingeniería COPIME, resolución N° 488/06.

- ⇒ Dictado de capacitación sobre el manejo de extintores, evacuación y simulacro ante casos de Incendio, explosiones o advertencia de explosión.
- ⇒ Capacitaciones bimensuales sobre: riesgos en la actividad a desarrollar el empleador, uso de EPP, riesgo eléctrico, movimiento manual de cargas, el ruido y la salud de los trabajadores, primeros auxilios y RCP básico,
- ⇒ Mediciones de Puesta tierra según Res. 900/15
- ⇒ Estudios de ruido Res. 85/12, estudio de iluminación Res. 84/12.

❖ Todos los cursos de capacitación como los simulacros se realizarán en días y horarios a coordinar con la empresa.

HONORARIOS PROFESIONALES:

El costo de los honorarios profesionales alcanza la suma de \$ 3.780 + IVA.

La acreditación del pago se realizara en recibo-factura oficial del tipo RESPONSABLE INSCRIPTO "A"

Sin otro particular, y agradeciendo muy especialmente su atención, hago propicia la oportunidad para saludarlo muy atentamente.

Ing. Díaz Coria Bernabé G

Mef. COPIME 12109 Reg. SRTG.592

Validez de la oferta 15 días.

7.2 Cotización Despachante LibSolutions Argentina SRL



Buenos Aires, 27 de Marzo del 2017.

Señores
OSTEOMEDICAL S.R.L.
Sr. Damian Sanchez
Presente

De acuerdo a la reunión que hemos desarrollado oportunamente, detallamos a continuación nuestra propuesta de honorarios por servicios de Despachantes de Aduana, correspondiente a la importación:

Honorarios.
Base Imponible Hasta USD 50.000,00..... Honorarios 0.75 % sobre B.I.
Base imponible Superior a USD 50.000,00..... Honorarios USD 375 + 0.50% sobre Excedente de USD 50.000,00.
Honorario mínimo U\$S 150,00

Gastos Generales
Variables con montos que oscilan entre \$ 1.500,00 y \$ 2.500,00, supeditado a las características de la operación.

Honorarios por SIMI Autorizada:
Por operación USD 50,00.

Servicios adicionales brindados sin cargo:

- Asesoramiento Integral en temas de Comercio Exterior
- Envío de Actualizaciones Reglamentarias.
- A vuestro pedido, Informes Estadísticos de Importaciones / Exportaciones.

La totalidad de los valores manifestados no incluyen el IVA.

El plazo estimado de pago es de 30 días, considerados a partir de la fecha de emisión de nuestra Factura Comercial.

La empresa Importadora deberá anticipar a nuestro Estudio el monto correspondiente a los Gastos Portuarios y de Agencias Marítimas / Aéreas, o bien deberán enviar un cheque propio para el pago de dichos servicios.

Sin otro particular lo saludo muy atte.

Claudio Libonati
Socio Gerente

7.3 Cotización Forwarder AGL Global Logistics S.A.

Mercadería : CARGA GENERAL

Relación Peso/Volumen: Marítimo 1 Ton = 1 CBM

Tipo de carga: FCL/FCL = Full Container

Detalle de cotización marítima

Origen	Destino	Mov.	Moneda	Tarifa Equipo
BUENOS AIRES	NEW YORK	FCL/FCL	USD	1,250.00 x 40' Dry

	Precio	Detalle
LOCAL CHARGES		
THC 20' CONTAINER(E)	USD 220.00	POR CONTENEDOR
TOLL FEE(E)	USD 122.00	POR CONTENEDOR
CLEANING FEE(G)	USD 45.00 +I.V.A.	POR BL
GATE IN/OUT (G)	USD 22.00 +I.V.A.	POR CONTENEDOR
M&R FEE DRY	USD 16.00 +I.V.A.	POR CONTENEDOR
SEAL FEE	USD 10.00 +I.V.A.	POR CONTENEDOR
ISPS	USD 12.00	POR CONTENEDOR
SEGURO DE MERCADERÍAS (G)	USD 65.00 +I.V.A.	0.55 % VALOR FOB - MIN : USD 65
HANDLING EXPO (E)	USD 85.00	POR CONTENEDOR

Salidas: SEMANALES

T/T: 23 DIAS APROX

(*)THCD INCLUIDO.

Condiciones Generales:

- Las presentes tarifas son válidas solo para carga general y pueden ser sometidas a modificaciones por parte del/los transportista/s sin previo aviso.

- Seguro y cargos en terminales/depósitos fiscales no incluidos en la presente cotización.



Marcos Canavesi

Operations Manager

Web: www.aglArgentina.com

Mail: m.canavesi@aglArgentina.com

Tel: (5411) 4342-9519 Mob: (5411) 6139-6988

Paseo Colon 524 7º piso | C.P.: C1063ACS | Buenos Aires – Argentina.

Damian,

Buenas tardes

Los costos para nacionalizar estimativos son los siguientes:

ENTRY USD 155

HANDLING USD 85

MENSAJERIA USD 45

ISF USD 55

BOND FIANZA aprox USD 7.20 por cada \$1000 del valor de la mercancía

Merchandise Processing Fee 0.3424% sobre el valor de la factura mínimo USD 25

Harbour Maintenance Fee : 0.125% sobre el valor de la factura mínimo USD 55

TAX estimado del 2% . (Se debe tener la NCM)

Ojo son estimativos para cotizar aduana en destino (en el caso de que lo requiera) vamos a necesitar valor, NCM, descripción.

Cualquier otra cosa que necesites me avisas.

Espero tu devolución.

Un saludo.



Marcos Canavesi

Operations Manager

Web: www.aglArgentina.com

Mail: m.canavesi@aglArgentina.com

Tel: (5411) 4342-9519 Mob: (5411) 6139-6988

Paseo Colon 524 7º piso | C.P.: C1063ACS | Buenos Aires – Argentina.

7.4 Cotización Embotelladora Francisco Siffredi



EMBOTELLADORA FRANCISCO SIFFREDI S.A.C.I.F.V.A.
Perdriel 1467-71 • (C1579AHI) Buenos Aires
Teléfonos: 4301-4779 / 4309-3169 / 4309-4075 • Fax: 4303-8491
siffredi@speedy.com.ar

Ciudad Autónoma de Buenos Aires 9 de Mayo de 2017

Señor:
Nicolás Stanek.
Presente.

Por intermedio de la presente les informamos que el precio por el **Servicio de Envasado de Bebida con Alcohol, para Exportación**, por envase de 750 c.c. es de: **\$ 4,30 + IVA.**

Detalle de los ítems que comprenden el Servicio de Envasado:

- Recepción de todos los insumos en la planta embotelladora.
- Elaboración de la fórmula de la bebida con alcohol.
- Lavado automático de los envases de vidrio.
- Envasado automático del producto.
- Codificación con la fecha de envasado y vencimiento en la tapa.
- Armado manual de las cajas de cartón.
- Carga de los pallets al transporte que retire el producto terminado.

Detalle de los insumos que deberán proveer:

- Envases de vidrio de 750 c.c. vitrificados.
- Tapas de aluminio.
- Cajas de cartón.
- Separadores de cartón.
- Cinta de embalar para el cerrado de las cajas de cartón.
- Esquineros de cartón para los pallets.
- Cobertor plástico para la parte superior del pallets.
- Film Stretch para envolver los pallets.
- Pallets de madera normalizados con tratamiento térmico.
- Todos los productos que componen la fórmula de la bebida con alcohol.

Los saluda muy atentamente.



Néstor Fabián Siffredi

7.5 Importador y Distribuidor GWS

GI GWS Information <info@gwsdistribution.com>
sáb 29/04, 12:16 p.m.
Usted; Ashley Koretz (a.koretz@gwsdistribution.com)  Responder | v

Reenviaste este mensaje el 02/05/2017 08:16 p.m.

 Service Letter for NY &...
409 KB

 PastedGraphic-5.tiff
112 KB

2 archivos adjuntos (521 KB) Descargar todo Guardar todo en OneDrive - Personal

Hello Carolina,

Thank you for your interest in Gotham Wine and Spirits. Please find our service letter attached, it includes information about the services we provide along with additional state information that will give you an idea of what is needed to conduct business in NY and NJ. Should you have any questions feel free to contact us via phone or email. Congratulations on your new venture and we look forward to hearing from you.

Gotham Wine & Spirits Distributors

Information Department

Office 212.878.3691
[1345 Avenue of the Americas, Floor 2](#)
[New York, NY 10105](#)

7.6 Maquinaria importada

7.6.1 Cotizacion maquina peladora

2017-04-18 6:30 GMT-03:00 linda Meng- shuliy company <linda@shuliy.com>:

dear Damian
please kindly check the offer of automatic orange peeling machine .
any questions, please feel free to let me know .
waiting for your early reply !

best regards
linda

Zhengzhou Shuliy Machinery CO.,Ltd

Mob/ Whatsapp /wechat : [0086-15838061759](tel:0086-15838061759)

Tel: [0086-371-86636882](tel:0086-371-86636882)

Fax: 0086-371-86660713

Skype:shuliy0228

QQ:2274809169

Email: linda@shuliy.com

Trademanager :cn1000767238

 Please consider the environment before printing this e-mail!

 www.Alibaba.com Trade Center IP: 181.44.***.118

Damian Sanchez from Argentina has sent you an inquiry

[View Details](#)

[Manage Your Orders](#)



Zhengzhou Shuliy Machinery Co., Ltd
 MS Linda :0086- 15838061759 Email:linda@shuliy.com

Automatic orange peeling machine

The machine is designed for peeling fruit, high rate of peel removing, and it well adapts to the shape of different fruit. It can be used for 7 fruits, kiwi, citrus, orange, lemon, pomelo, grapefruit, guava and persimmon. The machine is made of stainless steel, controlled by micro computer Omron, has gained CE certificate. By clicking the touch screen, set the parameters, put the fruit to feeder, then the machine would automatically peel, cut ends, separate and protect the color.



Parameters :

Capacity :	1500个/时 (pcs/hour)
Dia of fruit :	40-100mm
Height of fruit :	40-120mm
Thickness of peel :	0.5-3mm
Volume of water tank :	30L
Power :	0.6kw (not including air compressor)
Weight :	160kg
Dimension :	1460x680x1460mm

Fob price : 14900 USD



REMARK :

II. Payment term : 50% as prepayment by T/T, the balance of 50% by seeing the faxed B/L by T/T.

III. Valid time : This quotation is valid for one month .

IV .Quality Guarantee Terms:

Quality guarantee term is for one year. Malfunctions which are caused by machine-self and quality will be responsible for our manufacturer. Other malfunctions which are caused by operation mistakes, man-made problems, etc will be responsible for clients-self.

VI. Bank Details :

BENEFICIARY: ZHENGZHOU SHULIY MACHINERY CO.,LTD
ADDRESS: NO.2406,24F,NO.39 BUILDING,NO.138 ZHENGBIAN ROAD,JINSHUI AREA ZHENGZHOU,HENAN , CHINA
A/C NO: 76201457410000775
A/C BANK: SHANGHAI PUDONG DEVELOPMENT BANK ZHENGZHOU BRANCH
ADDRESS: NO299,JINSHUI ROAD ,ZHENGZHOU,HENAN,CHINA
SWIFT CODE: SPDBCNSH090



VI. Contact Details:

CONTACT : Linda
 Zhengzhou Shuliy machinery CO.,Ltd.
 www.zzshuliy.cn
 Skype : shuliy0228
 QQ:2274809169
 Mobile :0086-15838061759
 Email :linda@shuliy.com
 MSN:lindama@shuliy@hotmail.com
 Tel:0086-371-86636887 Fax:0086-371-86650713

7.6.2 Cotización maquina lavadora:

Dear Damian Sanchez,

Good day! This is Rachel from Tianjin Huixi Refrigeration Equipment Engineering Co., Ltd. And I have received your inquiry on our air bubble washing machine.

Attached in this mail is the quotation sheet of the air bubble washing machine, pls check it. I quoted the price of the machine with 500-800kg washing capacity, pls kindly confirm if it can meet your requirements.

And if any problem, pls just feel free to contact me.

Awaiting for your early reply.

Best Regards,

Rachel Zhang

Tianjin Huixi Refrigeration Equipment Engineering Co.,Ltd
Tel: +86-022-27553176 | Fax: +86-022-27553789
Skype: flowerdance53 | Email: sales3@bell-huixi.com
Website: <http://tjhr.en.alibaba.com> / <http://www.bell-huixi.com>



Rachel Zhang
BELL GROUP

Tel: +86-022-27553176
Mobile: +86-15022122732
Email: sales3@bell-huixi.com
Skype: flowerdance53

FOCUS ON
Equipment Manufacturing

Tianjin Huixi Refrigeration Equipment Engineering Co., Ltd

Add: No. 10 Longhuai Road, Shuangjiang Street, Shuangyuan Economic Development Zone, Beichen District, Tianjin, China
Tel: 86-22-27553176 Contact: Rachel Zhang Email: sales3@bell-huixi.com

QUOTATION SHEET					
					Quotation No.:17041702
					Date: April 17 th , 2017
FROM			TO		
Tianjin Huixi Refrigeration Equipment Engineering Co.,Ltd Address: Shuangyuan Economic Development Zone, Beichen District, Tianjin, China Tel: 86-022-27553176			Damian Sanchez Email: sanchezdamian324@gmail.com		
COMMODITY	DESCRIPTION	Ref. Photo	Quantity (PC)	Unit Price (USD/PC)	Amount (USD)
Air Bubble Washing Machine	Capacity: 500-800kg/h Dimension: 3500*1300*1300mm Voltage: 380V/50Hz Power: 3.7Kw		1	5,638	5,638
Total Amount	SAY US DOLLAR FIVE THOUSAND SIX HUNDRED AND THIRTY EIGHT ONLY				USD 5,638
Price Term	FOB China Port				
Payment Term	100% TT in Advance				
Delivery	15-20 Working Days after Receiving the Payment				
Validity	By May 14 th , 2017				

7.6.3 Cotización tambores 1000 lts

Dear Damian,

Thank you for your information.
Attached is the update quote,pls check the quote in the pdf sheet.
Any queries,pls no hesitate inform us.
Best regards
Boll

Wenzhou Flowtam Light Industry Machinery Co.,Ltd

Address:No.839,Eighth Road,BinHai Zone,Wenzhou,China

Website:www.flowtam.com

Email:boll@chinaflt.com

Skype:bollchinaflt

Phone:[0086-577-86836328](tel:0086-577-86836328)

Mob:[0086-18969753176](tel:0086-18969753176)

Whatsapp:[0086-18969753176](tel:0086-18969753176)

温州弗鲁特轻工设备有限公司			
WENZHOU FLOWTAM LIGHT INDUSTRY MACHINERY CO., LTD			
NO. 839, ROAD 1, AVENUE 8, BINHAI ZONE, WENZHOU, CHINA			
TEL:0086-577-86836328 boll@chinaflt.com FAX:0086-577-89731020			
Quote of StorageTank			
ITEM	Quantity	Price	Total
Stainless Steel 304 Single Layer Storage Tank,Domed Lid With Tri Clamp Inlet Ports,With Rotary Spray Ball,With Quick Open Manway,Domed Bottom Center Drain Port With Tri Clamp Butterfly Valve,Mirror Polish Both Inside And Surface,Tank Thickness 3mm,Tank Volume 1000L	2PCS	USD1420.29	USD2840.58
Charge From Factory To Ningbo Port			USD350
Total Amount			USD3190.58
SHIPMENT	FOB Ningbo		
LOADING TIME	Within 20 Days		
PACKING	Plywood case		
PAYMENT	T/T 30% Advance,The Balance 70% Before Shipment		

7.7 Insumos

7.7.1 Cotización alcohol y contenedor

 **Nicolas Stanek** <nicostanek@gmail.c 8 may. (Hace 2 días.) ☆  

para info 

Buenas tardes estimados,

Estoy interesado en adquirir mensualmente 1000 litros de alcohol en el contenedor plástico que ustedes ofrecen para fabricar limoncello, aumentando para el próximo año las cantidades a 2000 litros.

Quisiera preguntarles por precio y disponibilidad de lo solicitado, y si hacen envíos a Capital Federal, zona Barracas. Adicionalmente, quería consultarles acerca del contenedor plástico, en caso de que se venda, qué precio tiene, o, caso contrario, si se debe devolver ante cada entrega.

Saludos cordiales,
Nicolas Stanek

 **info@alcoholeraflavia.com.ar** 9 may. (Hace 1 día.) ☆  

para mí 

Nicolas, buen día y gracias por contactarse con nosotros; ante todo le solicito que nos envíen por este medio la autorización para adquirir ALCOHOL PURO emitida por el INV; una vez recibida dicha autorización, de inmediato procederemos a cotizarle; no obstante, si, realizamos entregas en todas las zonas y el contenedor debe ser se SU propiedad o abonamos el 1º y luego lo vamos intercambiando, el costo aproximado de un contenedor usado es de \$ 2000

Quedo a la espera de la documentación solicitada a fin de proceder a cotizar atte.

Daniel Viturro
IRIA FLAVIA S.A.



 **Nicolas Stanek** <nicostanek@gmail.co> 9 may. (Hace 1 día.) ☆  

para info ▾

Buen día estimados,

Si bien estamos al tanto de la ley 24.566, todavía no poseemos la inscripción pues ésto es un proyecto que estaremos llevando a cabo dentro de unos meses. Les pido cotización con el objeto de tener conocimiento de la inversión inicial necesaria para poner en marcha la empresa.
Si existe la posibilidad de que envíen un presupuesto, aunque sea aproximado, les estaríamos muy agradecidos.

Saludos cordiales,
Nicolás

...

 **info@alcoholeraflavia.com.ar** 9 may. (Hace 1 día.) ☆  

para mí ▾

Nicolas, tenga en cuenta que el valor del alcohol fluctua permanentemente; los valores aproximados actuales son \$ 15.00 + IVA ALCOHOL DE CAÑA DE AZURAR y \$ 19.50 ALCOHOL DE CEREALES PREMIUM(MAIZ Y SORGO) pero le reitero que los precios varían permanentemente

Quedo a la espera de sus comentarios

atte.

|

| **Daniel Viturro**

| **IRIA FLAVIA S.A.**

| **From:** Nicolas Stanek <nicostanek@gmail.com>
| **To:** info@alcoholeraflavia.com.ar
| **Sent:** Mar, May 9, 2017, 12:21 PM
| **Subject:** Re: Compra de 1000lt alcohol para producción de licor

...

 **Nicolas Stanek** <nicostanek@gmail.co> 9 may. (Hace 1 día.) ☆  
para info ▾

Estimado Daniel,

Muchas gracias por su respuesta, le paso a comentar nuestro proyecto. El proyecto que estaremos llevando a cabo dos socios y yo, es de fabricación y exportación pura de Limoncello, no venderemos en el mercado interno. Estamos en búsqueda de información para ver si el proyecto es rentable, de aquí surge la consulta sobre el alcohol.

Con el precio favorable que usted nos proveyó, y teniendo en las próximas semanas las habitaciones pertinentes, quería consultarle cuanto estarían cobrandonos el envío a Barracas, calle Paracas 300, de 1000 litros, y 2000 litros para los meses posteriores a Noviembre de este año.

Sin más que consultar, lo saludo atentamente,

Nicolás

...

 **info@alcoholeraflavia.com.ar** 07:20 (Hace 12 horas.) ☆  
para mí ▾

Buen dia Nicolas; todos los envios necesarios, estan incluidos en el precio informado, atte.
Daniel

...

 Haz clic aquí para [Responder](#) o [Reenviar](#) el mensaje

1.12 GB (7%) de 15 GB
utilizados
[Administrar](#)

[Condiciones](#) - [Privacidad](#)

Última actividad de la cuenta:
Hace 48 minutos.
[Detalles](#)

7.7.2 Cotización botellas:

De: Fabio Mato <fmato@cattorinihnos.com>

Enviado: martes, 02 de mayo de 2017 02:12 p.m.

Para: vanina.cochi@hotmail.com.ar

Asunto: Presupuesto

28.000 botellas

-Burdeos 750 b/stelvin vidrio blanco
\$ 4,177 mas impuestos

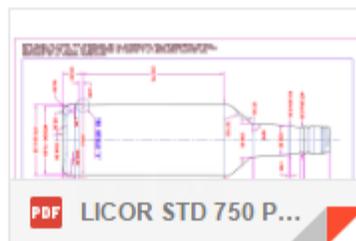
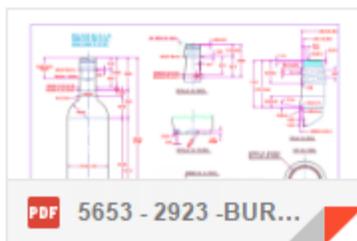
-Licor std 750 b/stelvin vidrio blanco
\$ 5,284 mas impuestos

Atte.

Fabio Mato

Te 011 4876 1240

2 archivos adjuntos



7.7.3 Cotización satinado y vitrificado:

Re: Cotización satinado y vitrificado de botellas



Delisiglass Avellaneda <info@dlga.com.ar>

mar 09/05, 08:51 a.m.

Usted ↕

Buen día.

Ok, tomá un valor aproximado de \$ 6.00 más iva.

Saludos

Eduardo

7.7.4 Cotización cajas:



Ariana Notari - Argentina Embalajes P.A.C.C.A.

27 abr. (Hace 13 días.) ☆



para mí ▾

Buenos días.

Poseemos cajas de exportación en calidad doble triple corrugado 400 x 300 x 300, 210 libras, hiper resistentes a \$ 16.49 + IVA cada una.

Separadores NO fabricamos.

Saludos,



Ariana Notari

Ejecutivo de cuentas

Tel: (011) 4481-8459 Int. 103 // 3221-4370 L. Rotativas

Fax: (011) 3221-2100 Int. 437

www.argentinaembalajes.com.ar

www.fabrica-cajas.com.ar

www.stretch-film.com.ar

7.7.5 Cotización divisores

Nicolas Stanek RE: Pedido de cotización cajas



Recibidos x

? **Embalaje - ShowPacket** <embalaje@showpacket.ı 25 abr. ☆
para mí ▾

Nicolas te paso los valores solicitados y forma de pago.

Cajas : \$24.25 + iva c/u

Separadores: \$10.50 + iva c/u

Saludo atte

Dario Contartese

SHOW PACKET S.A.

Movil: 1158716309

Domicilio: Homero 1328 Cap. Fed.

Tel/Fax: 4635-0909/4635-7227

www.showpacket.com.ar

Informamos a Ustedes las pautas con las que se maneja nuestra empresa y que son conocidas por nuestros clientes; como embalador, Show Packet SA requiere que la mercadería de terceros que recibe en su depósito, tenga su propia cobertura de seguros. Esta condición se aplica para todos los clientes sin excepción, y se refiere tanto a artículos frágiles, valiosos, o perecederos, etc.

7.7.6 Cotización pallets

RE: Pedido de Cotización - Pallets

Recibidos x



 **PME Argentina - Ventas** <ventas@pmeargentina.c

24 abr. ☆



para mí, Pallets, administracion ▾

Nicolás,
Buenos Días.
Gracias por la consulta.
Cotizamos,

Pallets 1000x1200 nuevos para Exportación \$202 + IVA por unidad.-

Disponemos en Stock.-

Saludos.-

De: PME Argentina [mailto:envios@pmeargentina.com]

Enviado el: lunes, 24 de abril de 2017 10:17

Para: PME Argentina

Asunto: Pedido de Cotización - Pallets

Cantidad: 10
Material: Ambos
Capacidad de Carga: Hasta 1000 Kg.
Uso con: Autoelevador
Medidas: 1000mm x 1200mm
Para Exportación: Si
Empresa: Portobello S.R.L.
Nombre y Apellido: Nicolas Stanek
Teléfono: 1549698632
E-mail: nicostanek@gmail.com

7.7.7 Cotización de tapas

 **Megaenvases ventas2** <ventas2@mega-envases.c 18 abr. ☆  
para mí ▾

Buenos Dias

Aca le paso el precio . (este es mayorista minim. 500 unidades) . En la pagina tiene otros modelos , por si le interesa ver algun otro modelo. Cualquier consulta no dude en preguntarme , Desde ya muchas gracias

Licor x 750 c.c. B/Rosca CRISTAL.....\$8,56 + iva c/u (paq de 15 unid.)

Tapa.....\$ 0,90

Saludos

Alvarez Elisabet - Int.212

Megaenvases S.A.

Av. de la Riestra 1751 (C1437HIG)

Buenos Aires - Argentina

Tel./Fax: 5411 4922-5211/ 0485/ 2378

Horarios de atencio:Lunes a Viernes de 8 hs. a 12:30hs. y de 13:30 hs. a 18 hs.

Sábados de 8 a 12 hs.

7.7.8 Cotización films

Re: [Flejes San Andres S.R.L.] Mensaje desde el formulario de contacto [no_sync] 



Flejes San Andres SRL <info@flejessanandres.com>
para mí 

De acuerdo a lo solicitado vía mail, le envío la cotización:

*A) Por la provisión de **film** stretch tricapa cristal virgen*

*Precio: **\$40,30** por kg. más IVA.*

Código: 5003.

Materia prima: Polietileno.

Color: Cristal.

Presentación de bobina: Bobinas de 2,8 kgs. +/-2%

Ancho de bobina: 500 mm. +/-2%

Prestiro garantizado: 150%

Espesor: 23 micrones.

Presentación: Cajas de 6 unidades.

Condiciones de pago: Deposito adelantado en cuenta corriente.

Validez de la oferta: 7 días.

Entrega: Inmediata.

Lugar de entrega: Deposito en Buenos Aires (Mínimo 200 kgs.)

Sin otro particular saludo a usted muy atte.

Luis F. Bertí

Flejes San Andrés S.R.L.

J. M. Campos 1843

B1651GLC San Andrés

Buenos Aires, Argentina

+54 11 4755 3118

+54 11 4752 9852

WhatsApp 11 6268 3701

info@flejessanandres.com

www.flejessanandres.com

7.7.9 Cotización esquineros



Flejes San Andres SRL

para mí

De acuerdo a lo solicitado vía mail, le envío la cotización

A) Por la provisión de **esquineros** de cartón laminado rígido.

Precio: **\$4.-** por metro más IVA.

Color: Marrón Kraft / Blanco

Ala: 40 mm.

Espesor: 4 mm.

Se cortan a la medida que Ud. necesite

Mínimo de fabricacion 1000 mts.

Condiciones de pago: Contado.

Validez de la oferta: 7 días.

Entrega: 10 días.

Lugar de entrega: Deposito en Buenos Aires.

Sin otro particular saludo a usted muy atte.

...
