

- NOTAS DEL CEDEX

- ACTIVIDADES DEL CEDEX

- INFORMACION PARA PYMES

- NOTICIAS

- LEGALES



## ► NOTAS DEL CEDEX

### ¿Cómo empezamos?

Carolina Lalinde

El panorama para el desempeño del comercio exterior argentino en el 2008 tiene una cara positiva y otra negativa, que definirán lo que será la pista de arranque de un año en el que como muchos otros por venir, la Argentina necesitará de un superávit comercial para seguir creciendo.

Los indicios optimistas son el crecimiento sostenido de las exportaciones, la estabilidad de la mayoría de destinos de exportación argentina, y la creciente demanda de alimentos por parte de Asia. No obstante, desde la otra vereda existen circunstancias negativas externas de inevitable repercusión, que se suman a otras presiones locales que afectan la situación comercial internacional.

El primero de los aspectos negativos es la repercusión del precio del petróleo. Se especula que alcance los 200 dólares por barril para finales del 2008, y dicho pronóstico genera inquietud e incertidumbre entre los operadores argentinos, quienes ya vieron reducida su rentabilidad durante el 2007, a causa de las subas del 80% y 30% en los fletes marítimos y terrestres (respectivamente).

Los importadores de materias primas o bienes intermedios que se destinan a modificaciones y procesamientos para su posterior reexportación son los que más absorben el aumento en los precios del crudo, dado que además de pagar un flete encarecido para traer los insumos, tienen que asumir la modificación sobre el precio que sufrirán sus productos finales al ser exportados.

Después del petróleo, se puede mencionar la presión externa que hay sobre el tipo de cambio, aspecto que merece un especial detenimiento puesto que la Argentina es uno de los pocos países del mundo que mantiene y devalúa su moneda frente al dólar; debiendo estar en las mismas condiciones que el resto de los países si dejase flotar su tipo de cambio.

Esta política cambiaria ha respaldado en gran medida el desarrollo exportador argentino. No obstante, su consecución se ha venido dificultando en materia monetaria, comenzado a generar inflación local y a favorecer la compra extranjera de empresas locales. Es decir, parece haber alcanzado un punto en el que la competitividad del tipo de cambio puede verse disminuida por la inflación, con riesgos de incurrir en una "revaluación implícita" —por llamarlo de alguna manera— de la moneda en términos reales, cuyos resultados eran los que se evitaban.

Además, valdría la pena recordar —respecto de la inflexibilidad de la política cambiaria adoptada— que un tipo de cambio por sí solo no es garantía de competitividad para un exportador, y que existen otras herramientas para potenciar las exportaciones como la capacitación, la guía comercial y el financiamiento a tasas asequibles.

Otro aspecto a tener en cuenta es el de la balanza comercial, la cuál arrojó por causa de un fuerte incremento de las importaciones (30%), un superávit comercial menor al de años anteriores; aún cuando el gobierno logró superar en 5.000 millones de dólares su meta de 50.000 millones de exportaciones fijada al comienzo del 2007. Esto no es negativo per se, pues en varias ocasiones las importaciones significan el

ingreso de tecnología y productividad para las industrias locales de países en vías de desarrollo, así como la posibilidad de producir ciertos bienes destinados a la exportación que solo se pueden ensamblar o manufacturar con insumos importados. De acuerdo al INDEC, la situación en principio no sería alarmante ya que de los 44.780 millones de dólares importados durante el 2007, los bienes intermedios y de capital sumaron el 59%.

Sin embargo, si los bienes de capital importados no son relevantes a los procesos productivos, o si se destinan a consumo final bienes intermedios que pueden ser fabricados por industrias nacionales, se les atribuye un impacto negativo sobre las arcas del estado y la economía en general.

Volviendo a los aspectos positivos, las exportaciones no sólo superaron la meta fijada para el 2007, sino que seguirán creciendo de acuerdo a las estimaciones oficiales, hasta un 14% durante el 2008. En segundo lugar, hay proyecciones alcistas en los precios y la demanda de commodities; y existen muchos mercados asiáticos y europeos no afectados gravemente por la crisis estadounidense, con los cuáles la Argentina podría tener relaciones comerciales para compensar el susceptible 9% de exportaciones a Norteamérica.

Seguido a esto, y refiriéndonos a aspectos institucionales por sobre los coyunturales, se observa que la Fundación ExportAr y Cancillería siguen gestionando beneficios para el proceso exportador, y además de las misiones comerciales, se están tratando de establecer desde la Subsecretaría de Comercio Internacional, convenios con puertos internacionales de la talla de Róterdam, Dubai y Shangai -después de haberlo logrado con el puerto de Barcelona- para otorgar ventajas logísticas a determinadas empresas y productos argentinos.

En esta misma línea, parecen estar solidificándose las iniciativas de los sectores público y privado para afrontar las necesidades de inversión relacionadas con las exportaciones en crecimiento. Por ejemplo, el subsecretario de Actividades Portuarias de la provincia de Buenos Aires anunció una serie de inversiones para el dragado, la ampliación y otras mejoras de los puertos de Mar del Plata y La Plata. Y el sector privado, que no podía quedarse atrás, se hizo presente al anunciar en el International Trade Logistics una inversión de 150 millones de pesos entre 2008 y 2009 para ampliar y mejorar muelles, dragado y áreas retroportuarias de la Terminal Dock Sud.

En conclusión, hay un complejo listado de factores externos e internos que están interfiriendo y modificando la dinámica comercial con el exterior que repercute en las posibilidades de crecimiento en el corto plazo. Esto puede significar, sólo en términos de comercio exterior, que la economía alcanzó un periodo de estabilidad con tasas de crecimiento moderadas, en el que las exportaciones son menos protagonistas debido al aumento de la capacidad de compra a nivel local.

De todas formas, al mirar la postal completa, es posible ver un trasfondo que advierte la necesidad de satisfacer con producción local la demanda de muchos productos que están siendo importados para consumo final. Del mismo modo, se hace obvia la necesidad de que las exportaciones agreguen más valor, apuntando en últimas a una necesidad de incrementar la inversión en diferentes esferas productivas; pues de una u otra manera, esa la respuesta para conseguir una economía menos dependiente de las exportaciones, o por lo menos de las exportaciones primarias.

arriba

## ► ACTIVIDADES DEL CEDEX

### Inscripción al PRODI REX 2008

Por segundo año consecutivo, el CEDEX volverá a dictar el Programa Ejecutivo en Dirección de Empresas Exportadoras

El Programa está dirigido a empresarios, directivos y ejecutivos de empresas pequeñas, medianas y familiares, y a ejecutivos que deseen comprender la dinámica del proceso de internacionalización desde la óptica de las pymes. No es requisito contar con formación académica previa, pero sí lo es contar con experiencia profesional.

Los objetivos del Programa son brindar los conocimientos necesarios para que los alumnos conozcan las herramientas de comercio exterior; apliquen conceptos de marketing en un contexto internacional; incorporen las variables financieras, logísticas y de marketing en la articulación de una estrategia global, conozcan las distintas fuentes de financiación de un proyecto de exportación, y entiendan los aspectos de logística a tener en cuenta en la exportación de bienes y servicios.

El dictado de clases de los dos ciclos ofertados -vespertino y matutino- comenzará en abril, con una duración de 60 horas durante 8 meses, sin incluir los workshops. Cada curso combina conceptos teóricos con casos prácticos que se incorporan a través del método del caso y el debate en clase. Los contenidos están basados en las mejores prácticas de finanzas, marketing, estrategia y logística. Los workshops tienen como objetivo reforzar puntos de interés y/o insertarse en cuestiones de la agenda globalizada.

Para informes e inscripción comunicarse telefónicamente al (54 11) 5199-4500 int. 2308 / 2341 o por e-mail a [cedex@palermo.edu](mailto:cedex@palermo.edu)

arriba

## Misión Comercial para Empresarios de Junín

El gobierno local de Junín -a través de la Dirección General de Relaciones Internacionales- invita a los empresarios de Junín a participar de las misiones comerciales que se realizarán en los meses de febrero (del 11 al 13) a Barcelona, España; y en marzo (del 24 al 28) a Brasil en el marco del "Programa Misiones Comerciales de apertura de mercados estratégicos", de la Subsecretaría de Relaciones Económicas Internacionales del Ministerio de la Producción de la provincia de Buenos

Aires.

De acuerdo con los trabajos de inteligencia comercial realizados, se ha podido determinar que los sectores con mayores perspectivas comerciales en esas dos ciudades son: alimentos, vinos finos embotellados, máquinas y herramientas, equipamiento y componentes eléctricos, maquinaria para la industria de la alimentación, materiales para la construcción, sector cosmético y perfumería, libros, software y biocombustibles.

Para mayor información comunicarse con la Dirección General de Relaciones Internacionales y/o con la Secretaría de Producción del Gobierno local a los siguientes teléfonos (54 3262) 444223 / 633635 o a los siguientes correos electrónicos [exportar@junin.gov.ar](mailto:exportar@junin.gov.ar) / [spromdes@junin.gov.ar](mailto:spromdes@junin.gov.ar)



## Congreso y Exposición Internacional de Biocombustibles

La Fundación Export.Ar organizará la presentación argentina en el "World Biofuels Markets", un congreso reconocido internacionalmente que ofrece un acceso único al mundo de los Biocombustibles en toda su cadena de producción y distribución. El mismo tendrá lugar en Bruselas, Bélgica, entre el 12 y 14 de marzo.

Las empresas interesadas tienen plazo hasta el 15 de febrero del 2008 para aplicar.

Para descargar el formulario de inscripción ingresar AQUÍ

<http://www.exportar.org.ar/web2006//index.php?modulo=fer&s=2&n=2510&c>

Para mayor información ingresar en [www.worldbiofuelsmarkets.com](http://www.worldbiofuelsmarkets.com) o comunicarse al teléfono (54 11) 4315-4841 int. 203 o por mail a [jgi@mrecic.gov.ar](mailto:jgi@mrecic.gov.ar)



## Feria APFL

La Fundación Exportar invita a las empresas del sector marroquino a participar de la Feria APFL, que se realizará del 31 de marzo al 2 de abril en Hong Kong. Las empresas interesadas deberán completar la solicitud de inscripción que se baja desde la página de la Fundación hasta el día 15 de febrero.

Para mayor información entrar AQUÍ ó comunicarse al teléfono (54 11) 4315-4841 int. 317 o por mail a [cog@mrecic.gov.ar](mailto:cog@mrecic.gov.ar)



## Interpack 2008

La Fundación Export.Ar invita a participar a las empresas de envases y embalajes en la feria INTERPACK 2008, que se desarrollará entre los 24 al 30 de abril de 2008, en el predio ferial de la ciudad de Dusseldorf, Alemania.

Las empresas interesadas pueden visitar el sitio [www.interpack.com](http://www.interpack.com) donde encontrarán información, noticias y enlaces relacionados con los expositores.

La fecha límite de inscripción es el 20 de febrero.

Para descargar el formulario de inscripción ingresar AQUÍ

Para mayor información ingresar en [www.worldbiofuelsmarkets.com](http://www.worldbiofuelsmarkets.com) o comunicarse al teléfono (54 11) 4315-4841 int. 203 o por mail a [jgi@mrecic.gov.ar](mailto:jgi@mrecic.gov.ar)



arriba

## Más sofisticada, la yerba mate gana mercados en el exterior

La yerba mate, cuyo consumo es más un hábito cultural que un negocio, es uno de los productos más difíciles de exportar. Sin embargo, una demanda interna totalmente satisfecha ha llevado a las empresas productoras -principalmente de Misiones y Corrientes- a encontrar la manera de venderla en mercados internacionales.

Sus usos alternativos permiten la elaboración de bebidas energizantes, gaseosas, preparados de leche y hierbas exóticas, saborizante de

cerveza, té helado, chocolate y hasta licor de yerba mate orgánica. Todos productos atractivos en el exterior.

El principal destino internacional de la yerba es Siria, que en 11 meses de 2007 realizó compras por US\$ 14 millones, el equivalente al 58% de la facturación por exportaciones. Le siguen Chile (3,2 millones), Brasil (1,5 millones) y Estados Unidos (1,06 millones).

En Europa existen dos mercados para la yerba: el de la nostalgia -argentinos y uruguayos emigrados que conservan el hábito- y el de las casas dietéticas y locales de infusiones. Este último nicho es altamente explotable debido a los beneficios medicinales -como la reducción del colesterol- que el producto genera.

Entre los destinos extranjeros de la yerba mate que más crecieron en 2007 destacan Brasil, que compró un 92% más; España, 71%; Italia, 60%; Estados Unidos, 17%; Francia, 12,9%; Israel, 6,6% y hasta China. Y fue a causa de estas tendencias, que la Fundación Exportar lanzó en el 2005 un plan de promoción sectorial para siete mercados específicos: Bolivia, España, Italia, Brasil, el estado norteamericano de California, Uruguay y los Emiratos Árabes Unidos.

En cuanto al mercado interno, el consumo de yerba está saliendo de su estancamiento gracias a las nuevas versiones saborizadas. En los primeros 11 meses de 2007, el volumen ofertado en las góndolas del país fue un 2% superior al registrado durante igual período del año anterior, según datos del Instituto Nacional de Yerba Mate.



14 de enero  
La Nación  
José Crettaz

## Aumentan las ventas externas de chocolate

La Argentina es uno de los 20 principales proveedores mundiales de chocolates, y en los últimos 3 años, empezó a escalar posiciones en un mercado global que mueve anualmente más de 12.000 millones de dólares. Una de las principales razones de la mejora es la fuerte suba de los precios, causada principalmente por el aumento del valor de la materia prima, que en un año se encareció 500 dólares por tonelada.

Según informó la Secretaría de Agricultura, en el período enero-

noviembre de 2007 se exportaron 26.240 toneladas de confecciones de chocolate por unos US\$ 110 millones, el 5,7% más en volumen y el 18,5% más en valor respecto del mismo período de 2006.

Los principales clientes del chocolate argentino son Brasil, que concentra el 19% de las compras, México (el 25%), Chile (el 11%), Estados Unidos (3%) y Angola (3%). Cabe resaltar que el comercio de chocolate con Brasil es un caso atípico de intercambio con dicho país, dado que a diferencia de la dinámica usual, es Argentina la que importa materia prima desde el país vecino para venderle después los bombones y demás productos terminados.

Se estima que en Argentina se consumen 1,6 kilos de chocolate per cápita anuales; mucho menos los 9kg que promedio el consumo de Suecia, Noruega, Bélgica y Alemania. De igual manera, el país todavía está lejos de producir los volúmenes que producen y exportan países con gran tradición chocolatera, como Alemania, Bélgica, Holanda, Francia o Canadá quienes en conjunto, abastecen el 50% de la demanda mundial de dicho producto.



15 de enero  
La Nación  
Félix Peña

## Se inicia un nuevo semestre argentino en el Mercosur

Tras la reciente Cumbre de Montevideo, la agenda del Mercosur en este primer semestre del año -en el que la Argentina ejercerá la presidencia temporaria- plantea prioridades en cuanto a la creación de un Código Aduanero (esencial para una efectiva unión aduanera), la integración productiva, el tratamiento de las asimetrías (de fuerte interés para Uruguay y Paraguay que se perciben como los menos beneficiados por el Mercosur); y la reforma institucional para superar los problemas de

eficiencia en la gestión de la integración.



También se espera que después de la concreción del acuerdo de libre comercio con Israel, la participación del MERCOSUR en la Cumbre Eurolatinoamericana de Lima, en mayo próximo, sea una oportunidad para clarificar el futuro de las relaciones con la Unión Europea y desbloquear la negociación birregional. En cuanto a Venezuela y la irresolución de su situación, se busca que este año se efectúe la incorporación plena del país al bloque mediante la adaptación venezolana a los compromisos de la unión aduanera por una parte, y la aprobación parlamentaria en Brasil y Paraguay del ingreso para el quinto miembro por la otra.

15 de enero  
La Nación

## Venden más las pymes con sitio Web

Según el último Estudio de Internet y Conectividad en Pymes de la consultora Prince & Cooke, el 49% de las pequeñas y medianas empresas posee un sitio web. De ese total, un 33% reconoció que la página le permite elevar sus ventas y un 44% que aumentaron sus consultas sobre sus productos.

El estudio permite ver el nivel de penetración que Internet va alcanzando en las empresas, y cómo éste se está transformando en una



herramienta de ventas tanto para explicar un producto, cosa que muchas veces no puede hacer un vendedor con tanto detalle; como para poder atender a un sinnúmero de clientes a la vez.

Sin embargo, y a pesar de las ventajas, los números todavía revelan que aún son pocas las pymes que deciden invertir en la herramienta más importante para mejorar el enfoque web de una empresa: "publicidad online"; pues el mismo informe reveló que sólo un 8% de las firmas encuestadas paga por avisos en buscadores.

En este contexto, buscadores como Yahoo y Google ya comunicaron que saldrán a buscar anunciantes en el segmento pyme. Google en particular, ofrecerá cursos de capacitación en tecnología para familiarizar a las empresas con el tema. Otras empresas especializadas en marketing digital, también promoverán soluciones a la medida del sector y fáciles de usar, para que la empresa pueda armar sus propios avisos si así lo desea o le conviene.

22 de enero  
Infobae Profesional

## Agricultura facilita la exportación de alimentos preparados

La Dirección Nacional de Alimentos de la Secretaría de Agricultura (Sagpya) incorporó en el Nomenclador Arancelario Aduanero - Sistema Informático María, un ítem llamado "comidas preparadas"; con la medida se busca facilitar y reconocer las exportaciones de esta nueva industria alimentaria, de remarcable crecimiento en los últimos años, y que además agrega valor a sus productos finales.

Estados Unidos es, junto con la Unión Europea, uno de los destinos con

mayor demanda de estos productos. Se estima que en dichos países el consumo promedio anual per cápita de comida lista o congelada es de 30kg, mientras que en Argentina y los países de la región la medida ronda el kilo. Es por esto, que las comidas preparadas argentinas se están encaminando para ganar una porción de los 2.000 millones de dólares que representan las importaciones totales de este rubro en los Estados Unidos.



29 de enero  
Infobae Profesional  
Juan Diego Wasilevsky

## Cancillería sale a tejer alianzas con puertos del mundo

La Cancillería, cuyo papel en la promoción comercial de los productos y empresas argentinas ha sido más que proactivo hasta el momento, sigue gestionando beneficios para el proceso exportador.

Ahora, además de las misiones comerciales, está tratando de establecer desde su Subsecretaría de Comercio Internacional, convenios con puertos internacionales de la talla de Rotterdam, Dubai y Shangai -después de haberlo logrado con el puerto de Barcelona, para otorgar ventajas



logísticas a determinadas empresas y productos argentinos.

La primera experiencia fue con el Puerto de Barcelona, por el frecuente uso que de él hacen muchas exportaciones argentinas. En esta, la Cancillería participó de la firma de un acuerdo entre la administración del Puerto y el Mercado Central de Alimentos de esa ciudad (Mercabarna), creando una sociedad bajo el

nombre Alimentos frescos Argentinos-Barcelona (ALFA). Esta entidad facilitará a productores y exportadores argentinos la entrada de productos frescos a Europa, aprovechando en todo momento las ventajas competitivas y logísticas que le ofrece su red comercial y de infraestructuras logísticas. Se espera que este modelo sirva para ir incorporando otros sectores exportadores argentinos en Barcelona, y si es posible, para reproducirlo en Rotterdam y otros puertos claves como Miami, Nueva York, Long Beach, Santos, Shangai y Dubai.

arriba

## ► LEGALES

El 28 de diciembre del 2007 la Legislatura de Buenos Aires sancionó definitivamente la Ley de Simplificación y Descentralización de Trámites Productivos (conocida como ley de Ventanilla única) para agilizar, mediante Internet y un sistema de oficinas descentralizadas, los trámites de registro para el comienzo de actividad de pequeñas y medianas empresas (pymes).

La resolución 18 del Ministerio de Economía, publicada el 31 de diciembre en el Boletín Oficial, prorrogó por un año el régimen que permite la importación de líneas de producción usadas bajo un arancel del 6%, con el fin de incentivar el proceso de radicación de inversiones y empresas en el país.

El régimen establecido por la ley 25.877, según el cual los establecimientos de no más de 80 trabajadores -bajo determinado tope de facturación anual- podían reducir hasta en un tercio las contribuciones patronales por nuevo personal incorporado, no fue prorrogado por el gobierno para este año. Por lo tanto las pymes de la dimensión estipulada verán incrementados nuevamente sus costos laborales a partir de este año.

El Ministerio de Economía volvió a restringir las exportaciones de carne para todo el 2008 mediante su resolución 24/07, a través de la cuál limitó a 40 mil toneladas la cantidad de carne y hueso que puede ser exportada mensualmente.

La ley 26.351 publicada el 14 de enero en el Boletín Oficial, estableció que los exportadores que declararon sus envíos de mercadería con anterioridad al incremento en las retenciones impuesto hacia diciembre del 2007, deberán pagar la diferencia entre la que alcuota que declararon y la vigente. Este nuevo mecanismo pretende evitar que en el futuro se repitan las maniobras de temprana declaración de exportaciones que ejecutaron los exportadores a finales del año pasado para evitar la suba en las retenciones.

La SAGPyA reabrió el 30 de enero los Registros de Declaraciones Juradas de Ventas al Exterior (DJVE) de trigo y de maíz, después de haberlos frenados por aproximadamente 2 meses. La normativa vigente a partir del 1° de febrero establece para el trigo un cupo máximo de 400 mil toneladas mensuales, considerándose la fecha de inicio del período de embarque declarado. Diariamente cada empresa podrá registrar por día declaraciones que no superen las 12 mil toneladas, quedando denegado el registro de operaciones por cuenta y orden de terceros.

Para el caso del maíz, las firmas exportadoras podrán registrar DJVE correspondientes a operaciones cuyo período de embarque se inicien a partir del 15 de febrero y con fecha de inicio de embarque, no más allá de 30 días corridos, desde la fecha registrada, con un prórroga automática de 15 días corridos.

arriba

## FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

**CEDEX - Centro de Estudios para el Desarrollo Exportador**

Av. Santa Fe, esquina Larrea 1079 • C1117ABE • Capital Federal • Tel: (54 11) 5199-4500 int. 2341  
cedex@palermo.edu • www.palermo.edu