

- NOTAS DEL CEDEX

- ACTIVIDADES DEL CEDEX

- INFORMACION PARA PYMES

- NOTICIAS

- LEGALES



► NOTAS DEL CEDEX

La creatividad como herramienta de las pymes

Diana Silveira
Coordinadora CEDEX

Desde el momento en que una pequeña y mediana empresa (pyme) toma la decisión de exportar hasta que efectivamente se concreta la operación existe un plazo promedio de no menos de 2 años.

La internacionalización de negocios es una estrategia muy buscada que no deja de tener cierta complejidad.

En el mix de aspectos básicos previos a la exportación podemos mencionar muy resumidamente la definición del producto a exportar; la estrategia a utilizar; el mercado al cual apuntar; el método de inserción en el mercado elegido, y también los recursos necesarios para tal operación. Es quizás en este último ítem donde actualmente se encuentran los mayores inconvenientes.

Ante los cambios en los márgenes de competitividad -debido al aumento en los costos de las materias primas, servicios y aumentos salariales- las empresas que ya habían previamente elaborado un plan de exportación con costos fijos y variables, se vieron afectadas y obligadas a reformular sus estrategias.

Según la encuesta que hemos elaborado en el 2007 un 64% de las empresas argentinas exportadoras esperaba que sus ventas al exterior aumentaran a lo largo del presente año. Sin embargo, de éstas empresas tan solo un 30% tiene constituido un departamento de comercio exterior capaz de planificar dicha tarea.

Evidencias de este factor encontramos en las diversas empresas a quienes asesoramos y capacitamos desde el CEDEX (Centro de Estudios para el Desarrollo Exportador) de la Universidad de Palermo. Nuestra recomendación es continuar el proceso de exportación de una manera sostenida, capacitándose e informándose; ya que conseguir un cliente en el exterior no es un asunto sencillo y mucho menos mantener las buenas relaciones, la calidad y cumplimiento en los plazos de entrega de los productos. Por otra parte tampoco recomendamos exportar a pérdida pero sí buscar un cambio de estrategia. Por ejemplo, sugerimos enfatizar en productos cuya ventaja competitiva no sea la diferencia del tipo de cambio favorable, ya que esta variable es coyuntural. En cambio sí aconsejamos que los productos busquen diferenciarse en el exterior a través de su calidad, diseño, innovación y valor agregado aportado por la pyme.

Nuevamente haciendo referencia a los plazos y al tiempo invertido para la internacionalización de los negocios es que creemos de vital importancia sortear los inconvenientes coyunturales y dar lugar a la "creatividad" para sortear las trabas que puedan presentar la situación interna para las pymes. Son éstas quienes encabezan el ranking de "flexibilidad" ante modificaciones de sus productos (sea en su presentación o en su contenido) por sobre las empresas grandes, corporaciones y multinacionales.

arriba

► ACTIVIDADES DEL CEDEX

“Doing Business in Argentina” The College of William & Mary

El Centro de Estudios para el Desarrollo Exportador (CEDEX) de la Universidad de Palermo fue elegido para brindar los cursos sobre “Doing Business in Argentina” a los alumnos del Executive MBA Program de la Escuela de Negocios del College of William & Mary, situada en Virginia, Estados Unidos.



Fundada hace más de 300 años, en 1693, The College of William &

Mary es la segunda institución más antigua de los Estados Unidos. Es reconocida por su nivel de excelencia, está rankeada 6° mejor Universidad pública de la nación en 2006 y 3° mejor Escuela de Negocios de la nación en 2008.

Algunos de los más reconocidos líderes estudiaron en William & Mary, incluyendo distinguidos hombres de negocios de las más importantes corporaciones alrededor del país. Entre ellos C. Michael Petters, CEO, Northrop Grumman Newport News; Gary M. Pfeiffer, CFO, E.I. DuPont de Nemours, Inc.; Daniel Ludeman, CEO, Wachovia Securities; C. Larry Pope, President and COO, Smithfield Foods; Paul C. Saville, CEO & President, NVR Inc.; and James “Buck” McCabe, CFO, Chick-fil-A.

Las conferencias fueron especialmente armadas por el CEDEX. Las mismas se desarrollaron en el auditorio de la sede de Graduate School of Business de la Universidad de Palermo, durante los días 19, 20 y 21 de mayo.

Las expectativas de las autoridades y de los alumnos del programa fueron altamente superadas, reflejándose en los excelentes comentarios recibidos sobre el nivel de las conferencias brindadas con el objetivo de comprender Argentina para concretar inversiones, desarrollar negocios y entender la posición del país a nivel mundial y regional. Asimismo el entusiasmo y la activa participación de los alumnos y autoridades de William & Mary durante el dictado de las mismas permitieron una interacción entre los oradores y los asistentes.



La primera sesión estuvo a cargo de Adrián Zicari, MBA, quien profundizó sobre los datos duros de la Argentina, como los aspectos geográficos, poblacionales e institucionales. También brindó información cultural e histórica, los escenarios posibles en el mediano corto y los principales desafíos.

Durante la segunda sesión, el Director del CEDEX, Pablo Orlandi, Ph.D (c), se detuvo en el papel de las pequeñas y medianas empresas argentinas y su visión sobre la forma de desarrollar el acceso a los mercados. Asimismo resaltó las oportunidades existentes para concretar negocios a través de socios locales.

A modo de cierre, Andrés Borenstein, MIF, concluyó el ciclo de conferencias resaltando los sectores claves para realizar negocios en la Argentina y los sectores menos recomendados. Resaltó los principales jugadores y los vínculos existentes entre la política, los sindicatos y los negocios. También dio lugar a la presentación de indicadores comparativos entre Argentina y sus pares latinoamericanos.

PRODI REX CHUBUT 2008

Durante los días 8 y 9 de mayo se llevó a cabo el tercer módulo del Programa Ejecutivo en Dirección de Empresas Exportadoras, correspondiente a “Estrategia y Marketing Internacional”.

El módulo abarcó temas tales como: impulsores internos y externos de la internacionalización; motivos y obstáculos de la Internacionalización; estrategias de internacionalización; segmentos y segmentación de

mercados internacionales; fuentes de información y análisis de la misma; variables de un proceso de internacionalización; el marketing mix aplicado a contextos internacionales; áreas de decisión clave en marketing internacional; factores del contexto que afectan el marketing internacional, y las medianas empresas en el mercado global.



Durante los días 22 y 23 de mayo se realizó el cuarto módulo, correspondiente a “Logística Internacional”. Durante este último módulo se trataron los temas: importancia de la logística y definiciones; necesidad de un nuevo modelo organizacional; costos logísticos; modos de transporte, factores y criterios de selección; supply chain management; perspectivas de la logística desde la mediana empresa; el énfasis en las capacidades específicas de gestión; implicancia de los responsables de la operatividad, internos y Agradecemos la colaboración prestada por la Fundación Empresaria de la Patagonia (FEPA) y por los profesores para la exitosa realización del Programa Ejecutivo en Dirección de Empresas Exportadoras en Comodoro Rivadavia, Chubut.

Asimismo agradecemos al grupo participativo y homogéneo de empresarios de la región, quienes asistieron a la capacitación y quienes hicieron posible que fuera una gratificante experiencia.

Aprovechamos para hacer extensiva la invitación a acompañarnos en un futuro cercano en las actividades de capacitación brindadas por el CEDEX de la Universidad de Palermo.

IATTO FORUM

El CEDEX, en su calidad de secretariado del IATTO, extiende la invitación a empresarios y académicos a participar en la conferencia anual de IATTO que se llevará a cabo en Estocolmo, Suecia, del 3 al 5 de septiembre del presente, organizada conjuntamente con ITM Worldwide.



ITM Worldwide es una empresa de capacitación sueca creada alrededor de un nuevo concepto que ha sido desarrollado en sociedad con

organizaciones de comercio en Grecia, Hungría, Islandia, Lituania, Noruega, Eslovenia y Suecia; bajo el financiamiento de la Unión Europea. El nuevo concepto es una capacitación vocacional internacional en comercio para pequeñas y medianas empresas (pymes). También es una de las fundadoras de la ITM World Foundation, una organización sin fines de lucro para la investigación y desarrollo en el área de Gestión del Comercio.

El Foro del presente año tendrá un alto nivel, para lo cual se ha invitado a reconocidos profesores de importantes Escuelas de Negocios como INSEAD y China Europe International Business School en Shanghai (CEIBS), entre otras.

Además, se llevará a cabo una Exposición sobre la Gestión del Comercio que brindará la oportunidad de contactarse no sólo con colegas alrededor del mundo sino también con gerentes de exportación de PYMES pertenecientes a países europeos, Sudáfrica y Namibia que forman parte del ITM Worldwide Training.

Para mayor información ingrese en www.iatto.org o comuníquese al (54 11) 5252-0435 int. 2341 / 2308 o por mail a info@iatto.org

arriba

► INFORMACIÓN ÚTIL PARA PYMES EXPORTADORAS

Expocruz 2008

La Fundación Export.AR convoca a las empresas a participar dentro del Pabellón Oficial Argentino en la Feria Expocruz 2008, a desarrollarse en Santa Cruz de la Sierra, República de Bolivia, entre el 19 y 28 de septiembre.



Por tratarse de una feria multisectorial es amplia la gama de productos que se presentarán, entre ellos: automotriz, máquinas varias, joyas y

bijouterie, plásticos, textiles, cosméticos, cueros, informática, telecomunicaciones, alimentos, electrodomésticos, construcción, pecuaria, insumos, artesanía, arte y cultura, servicios, materia prima, entretenimiento, petróleo, entre otros. El cierre de inscripción es el 13 de junio de 2008.

Para más información visite el site de la feria www.fexpocruz.com.bo o comuníquese con Patricio Pizzoglio de la Fundación Export.AR, al (54 11) 4315-4841 int. 255 o vía mail a ppi@mrecic.gov.ar

Feria Expo 2008 en Paraguay

La Fundación Export.AR lo invita a participar dentro del Pabellón Argentino de la Expo 2008, evento multisectorial a realizarse entre el 5 y el 20 de julio de 2008, en la ciudad de Mariano Roque Alonso, República de Paraguay.



El sector correspondiente a la República Argentina tendrá una ubicación privilegiada dentro del pabellón internacional, y comprenderá una

superficie de 540 mts² distribuidos en stands desde 9 mts². El cierre de inscripción es el 27 de junio de 2008.

Para más información comuníquese con Florencia Viyella, de la Embajada la República Argentina en Paraguay, teléfono (595) 212 320/4 o vía email a vmf@mrecic.gov.ar

También puede contactarse con Gastón Ignacio Fernández Palucito, de la Fundación Export.AR al (54 11)

CPhI Worldwide 2008

La Fundación Export.Ar informa que estará organizando el Pabellón Oficial Argentino de la Feria CPhI Worldwide 2008, que se desarrollará en el predio Messe Frankfurt, Alemania, entre los días 30 de septiembre y 2 de octubre de 2008. En la misma participarán 22.000 tomadores de decisión de la industria farmacéutica de más de 110 países, en busca de nuevas oportunidades que le conduzcan a realizar negocios con nuevas empresas.



Los sectores que abarca la feria son ingredientes activos farmacéuticos, químicos, intermedios, excipientes y formulación de drogas, extractos naturales y otros generales.

El cierre de inscripción es el 3 de julio de 2008.

Para más información visite el site de la feria www.cphi.com o comuníquese con Pablo Sismanian de la Fundación Export.AR, al (54 11) 4315-4841 int. 210 o vía mail a pts@mrecic.gov.ar

Automechanika Frankfurt 2008

La Fundación Export.AR lo invita a participar en el Pabellón Nacional Argentino en Automechanika Frankfurt 2008, la feria internacional autopartista más importante del mundo. Asistieron a la última edición (2006) más de 165.000 visitantes, provenientes de todas partes del mundo. La Automechanika Frankfurt es el evento de participación obligatoria para todo aquel empresario que este vinculado con la industria autopartista.



La misma se desarrollará en el predio ferial de Messe Frankfurt, entre los días 16 y 21 de septiembre. El cierre de inscripción es el 8 de agosto de 2008.

Para más información comuníquese con Pablo Sismanian de la Fundación Export.AR, al (54 11) 4315-4841 int. 210 o vía mail a pts@mrecic.gov.ar

[arriba](#)

► NOTICIAS DE COMERCIO EXTERIOR

13 de mayo de 2008
La Nación
Por Emiliano Galli
www.lanacion.com.ar

Actualización del mapa importador

Hay fines cuyos medios son incómodos o generan rechazos. Es como cuando un padre pone límites, y ante el pataleo del hijo, desliza la molesta frase "ya me lo vas a agradecer". Así es a veces la relación entre los importadores y la Aduana.

Tiempo atrás, el organismo dispuso la nominación de "especializadas" a ciertas aduanas, discriminando en el acto a otras. En una primera



instancia, aduanas importantes quedaron fuera de la lista VIP, lo que generó un profundo malestar en los operadores. En opinión de Alejo García Corado, despachante de aduana y abogado especializado en derecho aduanero y tributario, a cargo del departamento legal del Grupo García Corado, el régimen de aduanas especializadas, introducido por la resolución 1924/05, selecciona determinadas posiciones arancelarias del sistema armonizado en función de los perfiles de riesgo que la Aduana evaluó para cada una, por lo cual la importación de las mismas solamente puede ser documentada ante determinadas aduanas "especializadas". Las que quedaron afuera fue por falta de recursos técnicos o materiales para asegurar el control operativo integral.

La última resolución al respecto (la 26/08), firmada la semana última por la titular de Aduanas, Silvina Tirabassi, "amplió la nómina de aduanas especializadas para el despacho de la universalidad de mercaderías determinadas por el anexo I de la resolución 1924/05 (y las modificaciones de la 50 y 52 de 2007)", agregó, destacando los casos de las aduanas de La Plata y Salta.

García Corado reconoció que los perfiles de riesgo establecidos en el seno de la Aduana guiaron los criterios

de diferenciación entre aduanas. Pero también concedió que el malestar de los operadores surgió por el desconocimiento de tales criterios para distinguir cuál era o no especializada.

Es potestad de la Aduana optimizar el control sobre el tráfico internacional de mercaderías. Lo delicado es lograr el equilibrio de esta función esencial con su otro gran objetivo declamado: la facilitación del tráfico internacional simplificando las medidas de control.

La duda que queda es si no se está recargando a la Aduana con tareas que no le compete, como los controles ex post, es decir, verificaciones una vez liberadas las mercaderías.

La falta de recursos humanos ad hoc hace que, por ejemplo, si una provincia tiene un polo industrial, o petroquímico, y su aduana no está habilitada para desaduanar insumos para ese cluster, se genera un descontento entre los usuarios, una aversión a la inversión y costos extra, porque hay que trasladar la mercadería a otra aduana que sí cuente con peritos para esa posición.

En Mendoza se interpreta la cuestión desde la otra óptica. Silvia Cannata, presidenta de la filial mendocina del Centro Despachantes de Aduana (CDA), enumeró las mercaderías para las cuales Mendoza no está especializada para operar. Lo más grave es la restricción para centrifugadoras, secadoras centrífugas, aparatos para filtrar o depurar líquidos o gases ("en esta posición están incluidos los filtros para todo tipo de aparatos o máquinas usados en la mayoría de industrias residentes en la provincia, como la petroquímica, metalmecánica, vitivinicultura, agroalimentaria y minera, entre otras"), y máquinas para llenar, cerrar, tapar, taponar, etiquetar botellas, botes o latas, cajas, bolsas, continentes, y de las que sirven para capsular botellas, tarros y tubos. "Parece que se olvidaron la cantidad de bodegas que tiene esta provincia y de la exportaciones de vino, que se despachan en cajas de 6 y 12 botellas que se lavan, se tapan y se encapsulan", lamentó Cannata.

Por su parte, Juan Pablo Justo, director del concesionario de Zona Franca La Plata, celebró la resolución 26 porque sus antecesoras 50 y 52, de 2007, le habían quitado a la aduana de La Plata la especialización en rubros muy sensibles a su funcionamiento (electrónicos y calzado). "Eso afectó un 40% nuestro movimiento", indicó. La exclusión de la aduana platense obligaba a las mercaderías de la zona franca a hacer un tránsito a la aduana porteña.

"Ahora volvimos a los niveles operativos normales", dijo, y descartó que la medida apuntara a desalentar el uso del sistema franco: "La Aduana de La Plata es anterior a la zona franca y atiende al puerto".

Fuentes oficiales de la Dirección General de Aduanas (DGA), confirmaron que La Plata reforzó los controles "durante el período que estuvo fuera de la nómina de aduanas especializadas, lo que permitió volver a incorporarla", para un universo mayor de mercaderías. Lo mismo sucedió con Salta.

Guillermo Potenza, presidente de la Asociación de Empleados de la Administración Nacional de Aduanas (Aeana), opinó que si bien disienta de la decisión primigenia de nominar aduanas especializadas, valora la intención de la anterior administración de aduanas de buscar la máxima seguridad en cuanto a las mercaderías despachadas.

Potenza estimó que la nueva norma, que amplía la cantidad de aduanas autorizadas para un universo arancelario mayor, debe obedecer a que desde la DGA vislumbran una mayor seguridad para despachar las mercaderías y facilitar el comercio internacional.

La Argentina cuenta con 55 aduanas en total. No todas tienen el mismo caudal de tráfico de mercaderías, ni comparten la calidad o tipos de bienes ingresados. "La idoneidad del cuerpo de verificadores tienen que ver con la formación, generalmente universitaria, que no es homogénea en todo el país. Ellos se especializan en ramos y capítulos dentro de la nomenclatura arancelaria. Y otros alcanzan la idoneidad por antigüedad en el cargo", amplió.

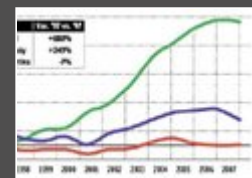
La misión del verificador es el reconocimiento integral del material constitutivo de la mercadería, poder reconocer si se está ante una manufactura, si no hay componentes en un material declarado como bruto. El resultado de su análisis establece un arancel específico, y a la larga, la recaudación aduanera. Pero también el grado de seguridad que tengan las fronteras. Responsabilidad e idoneidad, en definitiva

14 de mayo de 2008
El Cronista
Por Julieta Camandone

Argentina exportó cuatro veces menos carne que Brasil y ya vende menos que Uruguay

El desincentivo a la producción de carne bovina hizo que en veinte años la Argentina fuera destronada como primera exportadora de la región y hoy se sitúa muy por debajo de Brasil y desde el año pasado, también por debajo de Uruguay.

Mientras la demanda internacional crece y empuja los precios, las exportaciones argentinas disminuyen desde 2006, y el país perdió mercados reales y potenciales que Brasil y Uruguay están aprovechando.



Según datos del Departamento de Agricultura de los Estados Unidos (USDA), en 2007 Brasil cuadruplicó en volumen a las exportaciones de carne argentina, y Uruguay superó al país en 20.000 toneladas de envíos al exterior.

Hace poco más de 20 años, la situación era otra. En 1995, la Argentina más que duplicaba las exportaciones brasileñas y enviaba 3,5 veces el volumen que exportaba Uruguay. Pero con las exportaciones argentinas cupificadas desde marzo de 2006, las 500.000 toneladas que envió el país al mundo en 2007 significan un recorte del 7% respecto de las ventas externas nacionales de 1995.

En el mismo período, Brasil superó su propia marca casi 9 veces y alcanzó exportaciones por 2,23 millones de toneladas el año pasado. También las exportaciones uruguayas crecieron 250% hasta las 520.000 toneladas.

Ninguno de los competidores de la Argentina sufrió restricciones a la exportación de carnes. El movimiento de la actividad ganadera argentina osciló, durante los últimos dos años, al compás del recorte de las exportaciones, el control de los precios internos y el incremento del consumo interno, que se encuentra en niveles históricamente elevados.

Mientras que Uruguay consume 28% menos de carne de lo que hacía en 1995, la Argentina incrementó ese indicador un 27% hasta 2007. En Brasil también subió el consumo, casi 20%, pero la mayor producción permitió no contrariar las exportaciones.

De los tres países, la Argentina fue el que menos creció en términos de producción en los últimos 20 años. Localmente, se produjo en 2007 un 21% más que en 1995, alcanzando las 3,15 millones de toneladas. En el mismo período, Brasil aumentó su producción un 53%, hasta las 9,3 millones de toneladas, y Uruguay creció 72% hasta las 650.000 toneladas de producción.

Esto indica, además, que la Argentina fue el único de los tres países que creció por debajo de la media. En Sudamérica, según el USDA, la producción total se incrementó 34% en el período, alcanzando las 12,9 millones de toneladas en 2007.

Los excelentes precios de los granos motivaron a los productores a sacar las vacas de las mejores zonas de la región pampeana para volcarse a la agricultura, esencialmente, a la soja. Y a esto se sumó la desmotivación propia de la producción cárnica. Controles de precios internos y cupificación de exportaciones fueron el golpe de gracia para la desinversión.

20 de mayo de 2008

La Nación

Por Mercedes García Bartelt

www.lanacion.com.ar

Avance de Brasil sobre el mercado textil argentino

La brasileña Santana Textiles inaugurará mañana en Chaco una planta de tela denim (jean), que aspira a reemplazar 15 millones de los 18 millones de metros que importa el país por año y competirá con las grandes del mercado, como Alpargatas y Grafa.



La compañía invirtió 40 millones de dólares en la fábrica de Puerto Tirol, que comenzará a funcionar con una producción mensual de tela de jean de 1,5 millones de metros, con lo que la producción total nacional ascenderá a 6 millones de metros. El año próximo colocará otros US\$ 40 millones para duplicar la producción.

Para Santana se trata del primer proyecto fuera de Brasil, donde abastece al 20 por ciento del mercado con cuatro plantas.

La empresa, que factura US\$ 250 millones, vendía en el país 15 millones de metros de denim importado, que serán reemplazados con la producción local. Esta última resultará un 30% más barata porque no cargará con los aranceles de importación, según apuntó Rodrigo Caio, director de Santana Textiles para la Argentina.

El directivo, que inaugurará la fábrica junto con la presidenta Cristina Fernández de Kirchner, precisó que con los precios más competitivos la empresa ya ganó nuevos clientes y facturará US\$ 40 millones este año.

"Con las importaciones teníamos el 20% del mercado local. Ese porcentaje lo vamos a conservar y tenemos nuevos contratos con empresas de indumentaria, como Kosiuko", afirmó Caio, tras destacar que el 20% de la producción chaqueña se exportará a países de la región, como Chile, Paraguay y Bolivia.

arriba

► LEGALES

La Resolución 16/08 de la Secretaría de Industria, Comercio y PyME (SICPYME) publicada el 29 de febrero en el Boletín Oficial, prorrogó hasta el 4 de abril el plazo establecido en el artículo 29 del Anexo I de

la disposición 99/06 de la SEPYME para presentar las rendiciones de cuentas pendientes de Microempresas.

La Resolución N° 110/2008, publicada el 28 de abril en el Boletín Oficial, establece un régimen especial de importación temporaria de mercaderías destinadas a recibir un perfeccionamiento industrial con destino a la exportación para el consumo. Se establece que el importador deberá solicitar la aprobación de la transferencia de la mercadería importada temporariamente luego de completado su perfeccionamiento industrial. Esta solicitud deberá ser fundada.

El Ministerio de Economía y Producción estableció mediante la resolución 6/2008, publicada el 5 de mayo en el Boletín Oficial, nuevos requisitos para las exportaciones del mercado de carne bovina. Será necesario que las operaciones se registren en el "Registro de Operaciones de Exportación (ROE)", caso contrario, la Dirección General de Aduanas se verá obligada a no dar curso a dichas operaciones. La medida tiene la finalidad de asegurar el ordenamiento del mercado de la carne bovina y la transparencia de las operaciones de exportación, en el marco de la necesidad de mantener el correcto abastecimiento interno y la estabilidad de precios domésticos.

La Resolución General 2453, publicada en el Boletín Oficial el 19 de mayo, resuelve ubicar en las Posiciones Arancelarias de la Nomenclatura Común del MERCOSUR (NCM) a las actuaciones SIGEA Nros. 13289-14235-2006, 13289-22329-2006, 13289-25589-2007, 13289-29542-2007, 13289-29666-2007, 13289-36474-2007, 13289-36545-2007 y 13289-3874-2008, todas ellas del Registro de esta Administración Federal, y la Resolución General N° 1618.

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