

- NOTAS DEL CEDEX

- ACTIVIDADES DEL CEDEX

- INFORMACION PARA PYMES

- NOTICIAS

- LEGALES



► NOTAS DEL CEDEX

Mercados lejanos y diferentes pero potenciales: Arabia Saudita y Emiratos Árabes Unidos

Marcelo Wiñazky
Miembro académico del CEDEX

Como coordinador del consorcio exportador del Grupo Industrial Argentino de Productos Eléctricos (GIAPE) integré la misión comercial organizada por la Cancillería Argentina a Arabia Saudita y a Emiratos Árabes Unidos (EAU), entre el 28 de noviembre y el 7 de diciembre de 2007.

Antes de embarcarse hacia estos destinos muy "poco tradicionales" para nuestras exportaciones, los empresarios, en general, poseen ciertos miedos relacionados con las diferencias culturales que nos separan. Pero, cuando uno llega puede percibir claramente que, si bien dichas barreras existen, no son tan importantes como se cree. Es por ello que nunca hay que olvidar lo que menciona el dicho: "negocios son negocios".

Para llegar a destino, la línea aérea de los EAU, Emirates -una de las aerolíneas mejor catalogadas del mundo-, ofrece, desde hace pocas semanas, un vuelo directo San Pablo-Dubai, con una duración aproximada de 14 horas. Los rumores dicen que, en algún momento de 2008, la aerolínea también ofrecerá un vuelo directo sin escalas desde Buenos Aires. Mientras tanto, el viaje a Dubai, EAU, implica un viaje de casi 24 horas, con escala y espera en San Pablo.

En cuanto a las relaciones diplomáticas, es muy probable que en los próximos meses se concrete la apertura de la Embajada de los EAU en Buenos Aires. Actualmente nuestro país tiene una sede diplomática en Abu Dhabi, la capital de los Emiratos. Para ambos países se necesita una visa de ingreso, la que tiene un costo aproximado de 60 dólares cada una.

Repasemos algunas cifras

Arabia Saudita tiene unos 24 millones de habitantes. La capital, Riyadh, tiene unos 4,5 millones. La dimensión del país se estima en alrededor de 2.240.000 kilómetros cuadrados. El PBI es de U\$S 374.000 millones y el PBI per cápita es de U\$S 13.000.

Las principales ciudades de Arabia Saudita son su capital, Riyadh, Damman, Jeddah, Meca y Medina. Tiene una economía basada en el petróleo y el gobierno mantiene un fuerte control sobre las principales actividades económicas del país. Las reservas de petróleo en el 2003 alcanzaban a 260 mil millones de barriles, es decir el 24% de las reservas probadas en el mundo. Es el primer exportador de petróleo y el líder en el cartel de la OPEP. El sector petrolero representa el 75% de los ingresos presupuestados por el país, el 40% de su PNB y el 90% de sus ingresos por exportaciones.

Para un viaje de negocios es importante visitar, al menos, las ciudades de Riyadh y Jeddah. Para el caso de empresas relacionadas con el petróleo, también pueden visitar Damman y otras ciudades.

Emiratos Árabes Unidos es un estado situado al sudeste de la península arábiga en el golfo pérsico, compuesto por siete emiratos: Abu Dhabi, Ajman, Dubai, Fujairah, Ras Al-Khaimah, Sharjah y Umm Al-Qaiwain. Limita con Omán al sureste y con Arabia Saudita al oeste y sur. La capital de EAU es Abu Dhabi (donde está el petróleo; una de las principales reservas del mundo). En Dubai no hay petróleo; esta ciudad vive de la zona franca y fundamentalmente de todos los servicios (financieros, turismo, eventos, etc.). El 2 de diciembre de 1971, seis de los emiratos (Abu Dhabi, Ajman, Dubai, Fujairah, Sharjah y Umm al

Qaywayn), alcanzaron la independencia, uniéndose para formar los Emiratos Árabes Unidos. Los EAU forman una federación de siete estados, sultanatos que son regidos cada uno por un emir, con poderes específicos. El gobierno central lo forma el consejo supremo, formado por los siete emires. Normalmente, el presidente del país suele ser el jeque de Abu Dhabi y el primer ministro el de Dubai. La extensión territorial es de 82.880 km². La población es de 4,4 millones de habitantes. El PBI en de 2006 ascendió a U\$S 130.000 millones y el PBI per cápita es de U\$S 30.000, el más elevado de la región luego del de Qatar.

Con respecto al comercio exterior, en 2006 sus exportaciones fueron de U\$S 143.000 millones y sus importaciones de U\$S 98.000 millones. Con Argentina, el intercambio es muy reducido. Nuestro país exportó en 2006 U\$S 162 millones e importó por U\$S 500.000.

Es el país del Gulf Cooperation Council (GCC) que está recibiendo las mayores sumas en materia de Inversión Extranjera Directa (U\$S 12.000 millones en 2005). Luego le sigue Arabia Saudita, con "sólo" U\$S 4.600 millones.

En Emiratos Árabes Unidos, la población es 20% local y 80% extranjera. La mano de obra es de India, Pakistán, Bangladesh, Sri Lanka, Filipinas, etc.; en las empresas, hay gente de estos países y también del Líbano y Siria, entre otros. Los extranjeros no pueden obtener la ciudadanía de los Emiratos.

La zona franca de Dubai (llamada Jafza, Jebel Ali Free Zone) es inmensa y están radicadas muchas empresas de diferentes rubros (Acer, Black & Decker, Compaq, Daewoo, GAP, Honda, Johnson & Johnson, Nestle, Nissan, Nivea, Philips, Samsung, Sony, Bridgestone, Bayer, Hewlett-Packard, Xerox, Nokia, DaimlerChrysler, Panasonic, Toshiba, etc.). Es un gran centro de distribución (un hub) desde donde se reexportan diferentes tipos de productos a toda la región. En efecto, desde aquí se puede llegar a todo Oriente Medio, a otros países de Asia y al norte de África.

Para tener una idea del crecimiento de esta zona libre, a fines de 1985 sólo tenía 19 empresas; en 1990 eran cerca de 300, y hoy son más de 5000 empresas, las que provienen de 119 países. Además, cada mes ingresan 15 nuevas firmas. El 39% de las mismas son del GCC y de Oriente Medio, el 20% de Europa, el 30% de Asia, el 7% de América, el 3% de África y el 1% de otras áreas geográficas.

Características propias

El nivel de construcción es increíble en ambos países.

En Arabia Saudita hay 6 nuevas ciudades (sí, 6!) que están en construcción, que demandarán todo tipo de productos.

Por su parte, todo el Emirato está en construcción. Hay grandes torres -se está construyendo la más alta del mundo-, parques temáticos, shopping centers, las famosas "palmeras", "el mundo", obras de infraestructura como el nuevo aeropuerto, el metro -elevado en las afueras y subterráneo en la propia ciudad-, etc.

Es un mercado con mucho potencial, no tanto por su población, que no es muy grande, sino por lo que se reexporta desde aquí a todos los países de la región. Especialmente en el caso de Dubai hay gran cantidad de exposiciones que se realizan todos los años y que atraen a muchos compradores de la zona de Oriente Medio. Es la vidriera elegida por las personas de negocios de toda la región.

Arabia Saudita también es un mercado interesante, en el que hay muchísimo dinero, más que en EAU, aunque no se perciba tanto como en este último país.

Algunas de las características de estos mercados radican en que son netamente importadores y cuentan con escasa fabricación local. Importan desde: Asia (China, India, Japón, Malasia, Taiwán, etc.), Europa (sobre todo de Alemania, España, Gran Bretaña e Italia) y Estados Unidos. De todas formas, están buscando nuevas alternativas -de buena calidad- frente a la apreciación del Euro.

En ambos países hay grupos empresarios que son realmente muy grandes y que comprenden firmas de distintos rubros. La lógica de estos grupos empresarios es diferente a la de las firmas de América Latina. Hay que tener una visión distinta para negociar con estas empresas.

En relación a las normas de certificación, para los productos industriales las normas europeas, como la CE, son aceptadas. Empresas de gas y petróleo pueden requerir, adicionalmente, la norma UL. En el caso de los productos alimenticios, para ingresar a estos mercados se precisa contar con la certificación Halal. En efecto, de acuerdo con la dimensión espiritual y las particularidades específicas de la Ley Islámica, la denominación Halal sirve para distinguir los productos alimentarios elaborados de acuerdo con la misma.

Desde el punto de vista impositivo, en líneas generales no existen los impuestos que son tradicionales en nuestro país (como IVA, ganancias, etc.). Asimismo, en ambos países y en los que integran el GCC (Arabia Saudita, Barein, Emiratos Árabes Unidos, Kuwait, Omán y Qatar) el arancel de importación es del 5% para todos los productos.

En conjunto, todos los países de la zona están experimentando un crecimiento importante y están invirtiendo mucho en infraestructura (puertos, aeropuertos, trenes, caminos, viviendas, nuevas ciudades, etc.). En algunos casos, como fruto del proceso de expansión y crecimiento económico, la inflación es cada vez mayor y se ha convertido en un motivo de preocupación para las autoridades.

En cuanto a las prácticas culturales, hay que tener en cuenta las 6 ó 7 horas de diferencia horaria y que, en general, no se trabaja entre las 13 y las 16hs. Por otro lado, el jueves después del mediodía comienza el "fin de semana" y el viernes no es un día laboral (es el domingo nuestro). Entonces, la semana se extiende desde el sábado (algunos la empiezan después del mediodía) hasta el jueves al mediodía.

De mediados de mayo a mediados de octubre, prácticamente no se puede visitar la zona, debido a las altas temperaturas y al mes de Ramadán. La "temporada alta" para los negocios se extiende desde mediados de octubre a mayo.

Para tener en cuenta, un contenedor enviado desde Argentina puede tardar unos 40 días hasta llegar a la zona. Para el caso de Dubai, los costos son menos elevados que para Arabia Saudita y no difieren mucho de otros destinos.

En líneas generales, no hay problemas en materia de pagos. Hay mucha liquidez e, incluso, pueden pagar por adelantado sin inconvenientes.

Las reuniones de negocios

Las reuniones suelen ser muy cordiales. En el trato, contrariamente a lo que mucha gente cree, no es un

mercado formal ni hay que tomar precauciones en exceso.

En realidad, hay bastante informalidad, por lo que conviene confirmar y re-confirmar las reuniones muy bien para no tener inconvenientes. Siempre conviene ir a las empresas y no esperar que nos visiten.

En muchas de las empresas, es muy común que la gente que está a cargo de las mismas sea originaria del Líbano, India y Siria.

Es muy común que en las entrevistas soliciten más de un catálogo. Es algo que se repite en muchas de las reuniones y hay que estar preparado para ello. Los catálogos y las tarjetas deben estar en inglés; no tiene ningún sentido llevar catálogos en español.

Otro tema a tener en cuenta es que hay gente (sobre todo de la India y Pakistán) que habla un inglés muy extraño a nuestros oídos, por lo que puede costar mucho llevar a cabo una reunión de negocios.

Finalmente, es importante puntualizar que no existen inconvenientes, por ejemplo, por tener un apellido judío o por ser mujer. En el caso de las mujeres, en Arabia Saudita deben vestir los atuendos tradicionales y cubrirse el cabello. En el caso de EAU, que es un país mucho más occidental en sus costumbres, no hay ninguna restricción similar. A las contrapartes les interesa hacer negocios y, si el producto les gusta y los precios son buenos, negocian sin inconvenientes, como en cualquier país del mundo.

Conclusión

En líneas generales, en toda la zona hay posibilidades de hacer muy buenos negocios.

Al mismo tiempo, como es un mercado importante, en crecimiento y con un gran potencial para las próximas décadas, todos nuestros competidores (europeos, asiáticos y norteamericanos, fundamentalmente) tienen presencia, sobre todo, en Dubai. Por otro lado, prácticamente, no hay presencia de empresas latinoamericanas.

Por último, debe puntualizarse que no es un mercado para cualquier empresa, ya que la inversión requerida es importante, las distancias son grandes, se deben realizar todas las comunicaciones en inglés, los catálogos deben estar en ese idioma, hay que ser muy paciente y, sobre todo, tener continuidad para poder vender.

Es un desafío que algunas empresas Pymes de nuestro país ya han comenzado a transitar y que, dejando de lado ciertos miedos y prejuicios, seguramente muchas más se irán sumando en los próximos años.

arriba

► ACTIVIDADES DEL CEDEX

Primer llamado de 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

arriba

► INFORMACIÓN ÚTIL PARA PYMES EXPORTADORAS

PANGAEA – World Festival en Aventura

La Fundación Export.Ar y la Cámara de Comercio Argentina Florida convocan a empresas argentinas interesadas en promover sus productos y servicios en el mercado de los Estados Unidos para participar del Festival PANGAEA, que tendrá lugar en Ventura, Miami, entre los días 26 y 27 de enero próximos.

Aventura es reconocida como una de las ciudades con mayor poder adquisitivo del continente. Esta feria, con una concurrencia estimada de



más de 35.000 personas, es una excelente ocasión para exhibir y vender productos a una audiencia internacional de alto poder de compra.

Oficializan aprobación de créditos fiscales

El subsecretario de la Sepyme, Matías Kulfas, aprobó en el marco del programa oficial de respaldo a firmas del sector productivo, créditos fiscales para formación de personal de 270 empresas del orden de los 7 millones de pesos.

El programa de Crédito Fiscal prevé la bonificación de impuestos para la aplicación en proyectos de capacitación de personal, y los programas pueden ser adquiridos tanto por grandes empresas para aplicar en sus

cadena de valor, como también por las pymes para su personal, con la condición de haber sido creadas a partir del 2005.

Para más información contactarse con la Sepyme al teléfono (54 11) 4349-7007



arriba

► NOTICIAS DE COMERCIO EXTERIOR

4 de diciembre
Diario La Nación
Florencia Carbone

Crean un consejo para la carga

Los presidentes de la Unión Industrial Argentina (UIA) y la Cámara Argentina de Comercio (CAC) -Juan Carlos Lascurain y Carlos De la Vega, respectivamente- anunciaron la creación de un Consejo de Cargadores para optimizar la logística y la carga de las empresas, volverse un interlocutor válido y obtener ventajas económicas concretas; especialmente para las pymes exportadoras e importadoras, que muchas veces no tienen por sí solas la capacidad para negociar fletes y otras cuestiones logísticas.



Para tener noción de la relevancia del tema, es bueno saber que el comercio exterior del país (sumadas exportaciones e importaciones) ronda los 80.000 millones de dólares, y que dada la ubicación geográfica de la Argentina, entre el 5 y el 15 por ciento de ese total es costo de transporte y logística. Es decir, se pagan en concepto de flete entre 8000 y 10.000 millones de dólares al año de los cuáles una reducción de un 2 o 3 por ciento, sería muy importante.

Estos fletes y servicios que paga la carga no tienen ningún control por parte de la autoridad gubernamental. No existe ninguna oficina que registre las tarifas de los mismos, por lo que la carga no tiene el ámbito de contención competente para valorar tarifas y cargos como el recargo por combustible, peaje, doble imposición del THC (Terminal Handling Charge) y gastos de documentación, entre otros.

Es por ello, y por lo meritorio de la cifra que implican estos servicios, que alguien debe preocuparse por el control de sus tarifas. Y dado que el gobierno no lo hace, la idea es que lo haga el Consejo de Cargadores.

De la Vega fue el encargado de enumerar algunos de los puntos del temario que pretende enfrentar el Consejo de Cargadores: la instrumentación del nomenclador portuario uniforme; la atención y los costos de los pasos fronterizos; la agilización de los despachos aduaneros; los costos de las terminales aéreas; las tasas portuarias y todo lo que tenga que ver con el proceso de facilitación para la mercadería.

El consejo no negociará tarifas puntuales, sino condiciones generales y estructurales; y en es corto plazo tiene como objetivo establecer contacto con los gremios, las autoridades de los organismos públicos ligadas con el tema y los representantes del sector privado.

5 de diciembre
Infobae Profesional

China levanta prohibición de comprar carne argentina

Según un informe del Banco Mundial que clasifica a 150 países por su capacidad para hacer llegar sus bienes de forma eficiente a los mercados internacionales, Argentina sigue a Chile en la región latinoamericana como el país más competitivo a nivel logístico.



El informe evalúa en conjunto siete aspectos logísticos distintos, que van desde los procedimientos aduaneros, los gastos de flete y la calidad de

las infraestructuras, hasta la capacidad para rastrear un cargamento, su llegada a tiempo al lugar de destino y la competitividad de los sectores logísticos nacionales. El éxito de la logística está en la coordinación que haya entre estos elementos, más que en su excelencia individual.

Internacionalmente, algunas de los países mejor posicionados en el ranking son: Singapur (1), Alemania (3), Japón (6), Reino Unido (9), Canadá (10), EE.UU. (14) y España (26), China (30), Arabia Saudita (41), Kuwait (44), y Argelia (140). Latinoamérica por su parte, figura con las siguientes posiciones: Chile (32), Argentina (45), México (56), Perú (59), Brasil (61), El Salvador (66), Venezuela (69), Ecuador (70), Paraguay (71), Costa Rica (72), Uruguay (79), Honduras (80), Colombia (82), República Dominicana (96) y Nicaragua (122).

El hecho de que los países petroleros se encuentren en posiciones inferiores a los países latinoamericanos se atribuye a la ausencia de presiones por parte del sector privado para implementar reformas en las áreas de comercio y transporte, dado el dominio del petróleo en sus exportaciones.

Jean François Arvis y Mónica Alina Mustra, del grupo de Reducción de la Pobreza y Gestión Económica del Banco, mencionaron que en materia de logística los países con mayores costos tienen mayor probabilidad de perder las oportunidades de la globalización. También llegaron a advertir que la principal fuente de costos no consiste como se cree en los costos de transporte, portuarios y por concepto de comisiones, sino en la falta de previsibilidad, confiabilidad y calidad en los servicios.

Finalmente, del informe se puede concluir que los países con una logística buena suelen registrar tasas favorables de crecimiento y tener exportaciones diversificadas; así como obtener mayores beneficios de la globalización, al atraer más inversión extranjera directa y nuevas tecnologías hacia su sector exportador.

9 de diciembre
La Nación

Solo una de cada tres pymes pide crédito

Según el primer monitoreo del universo sectorial "Mapa Pyme", que la Subsecretaría de la Pequeña y Mediana Empresa (Subsepyme) puso en marcha a principios de este año, sólo una de cada tres pequeñas y medianas empresas solicitó financiamiento bancario en los últimos tres años. No obstante lo anterior, la gran mayoría (84%) de las que lo pidió, lo obtuvo.

En esta primera aproximación, el análisis evaluó la evolución de las



pymes entre 2004 y 2006, y destacó que el sector que demostró en ese período poseer un mayor grado de acercamiento al crédito bancario fue el industrial, con 41% de empresas que solicitó financiamiento, y un 80% de concreciones. Si se toma en cuenta el nivel de obtención de financiamiento, aparece en primer término el comercio, con el 90%, y en último, el hotelero, con el 52%.

Además de medir el financiamiento, el Mapa Pyme también analizó el comportamiento del empleo y de las inversiones entre 2004 y 2006. En ese período, el empleo generado por las pymes creció casi el 44%, y todas las ramas de actividad relevadas mostraron un comportamiento expansivo, destacándose los casos del transporte, con un aumento del 93,17%; los restaurantes, con el 57,23; y los servicios, con el 57,89 por ciento.

Del total invertido por las pymes industriales, el 63,5% fue destinado a la incorporación de maquinaria, el 25,6% se destinó a la actualización de los procesos productivos y el 18,5% a la expansión de los locales del sector.

9 de diciembre
Infobae Profesional

Las exportaciones de servicios cada vez ganan más participación

Encabezadas por el turismo, los ingresos de divisas por concepto de servicios aumentaron este año alrededor de un 26% con respecto de 2006, y se están convirtiendo en un interesante nicho explotado en general por las pequeñas empresas; aún con la dificultad que expone el presidente de Cámara de Exportadores de la República Argentina (CERA), Enrique Mantilla, acerca de la medición de los intangibles y sus beneficios.



Entre los beneficios de la exportación de servicios están por una parte su vinculación directa con la atracción de capitales externos, y por otra, que su producción insume bajos costos y lleva implícita la utilización de mucha mano de obra.

En el análisis efectuado por el Instituto de Estrategia Internacional (IEI) perteneciente a la CERA, se puntualiza la importancia de las pymes en el fenómeno exportador de servicios, donde los principales rubros de exportación son turismo, finanzas y contabilidad, investigación y desarrollo, arquitectura y diseño, análisis de datos, logística, educación, soporte de impuestos y relacionamiento con clientes o educación.

Según el análisis, estas exportaciones crecieron desde el 2002 en forma ininterrumpida y en el caso de los servicios empresariales y profesionales aumentaron un 23%. En tanto, voceros de la Cancillería informaron que en el plan de acción comercial de este año -que finalizó la semana pasada con una misión a Arabia y Emiratos Árabes- la exportación de servicios contó con un "rasgo cualitativamente distintivo" con "mayor contenido tecnológico".

En el mismo sentido afirmaron que la creciente incorporación de las nuevas tecnologías en el perfil

exportador, como lo es la información y desarrollo de servicios informáticos, energías alternativas, además del diseño en diferentes aplicaciones es otra demostración del cambio cualitativo de la gestión exportadora encarada por el Estado.

13 de diciembre
Infobae Profesional

La Argentina alcanza nuevos récords en exportación de maní

El negocio de la exportación de maní aporta 400 millones de dólares anuales a la Argentina y cuenta con una denominación de origen en el mundo por su calidad y sus virtudes de sabor y calidad nutritiva.

Con un 6% más de superficie que el año pasado, los maniceros de 30 pueblos del sur de Córdoba -epicentro de esta actividad- sembraron unas 230.000 hectáreas y apostaron al precio del producto, que promete pagar en 2008 un 16% por encima de los U\$1.200 por tonelada

actuales en el puerto de Rotterdam. Este precio, a su vez, ya había superado en un 50 por ciento a los U\$800 pagados en 2005.

Durante el 2006 el sector exportó 409 millones de toneladas de maní confitería, listo para ser usado en la cadena alimenticia. Y la próxima cosecha ya está vendida, con lo cual la Argentina mantiene su lugar de primer exportador mundial de maní de calidad.

El complejo manicero del sur cordobés ocupa una amplia zona que va desde Villa María hacia el sur, hasta traspasar el límite provincial y ocupar zonas de San Luis y de La Pampa. Estas dos provincias -junto a retazos de siembra que brindan Jujuy, Salta, Tucumán, Catamarca, Formosa y Santa Fe- aportan el 5% restante de la producción.

Beatriz Ackermann, directora ejecutiva de la Cámara Argentina del Maní, consideró que del producto y su elaboración dependen más de 10.000 puestos de trabajo y explicó que después de 20 años de sacrificios, sin ayuda oficial, hoy la Argentina está consolidada como el principal proveedor mundial de maní de alta calidad, habiendo conquistado mercados tradicionales, no tradicionales e incluso mercados de países productores de maní como China, Estados Unidos, India y Brasil.



14 de diciembre
Infobae Profesional
Juan Diego Wasilevsky

El Mercosur se agota como generador de nuevos negocios

El Mercosur está atravesando en la actualidad por una serie de problemas políticos y administrativos de integración, que agudizan la ineficiencia que ha venido presentando en los últimos años para generar nuevas oportunidades comerciales.

Según Mauricio Claverí, economista de la consultora Abeceb.com "desde el punto de vista comercial hay menores márgenes de ganancias para los miembros del bloque" y "las exportaciones de los cuatro miembros

del bloque muestran que tienen más por ganar por afuera".

De acuerdo a un informe de la consultora, entre 1991 y 1998 las exportaciones crecieron en más de u\$s35.400 millones. En dicho período, la estructura del comercio exterior de cada país estaba equilibrada, ya que el 43% de ese incremento estuvo explicado por ventas a países del bloque, mientras que el 57% restante se destinó a terceros mercados.

Sin embargo, durante los últimos siete años las exportaciones de los países del Mercosur crecieron en más de u\$s132.700 millones; pero de dicho importe, el bloque perdió mucho peso como destino ya que sólo un dólar por cada 10 exportados por los miembros quedó fronteras adentro.



arriba

► LEGALES

El 3 de diciembre entró en vigencia la resolución general (AFIP) 2347, según la cual la Administración Federal de Ingresos Públicos (AFIP) aplicará indicadores de riesgo con el fin de controlar, en forma selectiva e inteligente, las importaciones terrestres de bienes en general en arribos fraccionados. De esta forma la Dirección General de Aduanas flexibilizará el proceso de control aduanero (que anteriormente bajo la resolución general 583 establecía el uso del "canal rojo" para este tipo de operaciones) y se apoyará en la evaluación previa del riesgo y el uso intensivo de la tecnología.

La resolución 1188/07 del Ministerio de Planificación Federal, publicada el lunes 10 de diciembre en el Boletín Oficial, dispone que las exportaciones de naftas, fuel oil y sus mezclas, que eran competencia de la Subsecretaría de Combustibles, pasen a la sujeción de la Secretaría de Coordinación y Control. A partir de entonces, las empresas productoras, comercializadoras, refinadoras o cualquier otro agente del mercado que desee exportar los productos citados deberá registrar, para su aprobación previa, la operación ante la Dirección Nacional de Refinación y Comercialización dependiente de la Secretaría de Energía.

La AFIP emitió una nueva resolución general 2365, publicada el 16 de diciembre en el Boletín Oficial, mediante la cual se busca agilizar y simplificar los trámites vinculados con el actual procedimiento de "repetición" de los importes abonados en concepto de tributos regidos por la legislación aduanera. Este procedimiento sustituye integralmente las Resoluciones 2430/81 (ANA) y 3428/96 (ANA) y en cuanto a la vigencia de las nuevas pautas, se indica que regirán para las solicitudes de repetición que se presenten a partir del 1° de marzo de 2008.

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