

- ACTIVIDADES DEL CEDEX

- INFORMACION PARA PYMES

- EVENTOS

- NOTICIAS

- LEGALES



► ACTIVIDADES DEL CEDEX

El CEDEX de la UP en Suecia



¿Cómo se logran consensuar políticas en torno al comercio exterior y perfeccionar las técnicas y herramientas de entrenamiento en el campo de las exportaciones? Estas y otras varias preguntas fueron formuladas y disertadas en el marco del 34º Foro Anual de IATTO (International Association of Trade Training Organisations), organización fundada en 1971 en el Reino Unido con el objetivo de ampliar el cuerpo de conocimiento sobre comercio internacional comprometiéndose y/o apoyando iniciativas de investigación y de colaboración internacional.

El CEDEX de la Universidad de Palermo representó a la Argentina en el Foro de IATTO 2008 desarrollado entre el 3 y el 6 de septiembre. También participó en las reuniones de directorio y en la reunión Anual General de Miembros, la cual contó con la presencia de más de la mitad de los miembros de IATTO. Desde julio de 2007 el CEDEX cumple la función de Secretariado de la organización luego de ser seleccionado entre sus pares.

Bajo el título "Trade Management for Global Growth", participaron del evento más de 120 profesionales en comercio exterior representando a más de 24 países. El encuentro se realizó en el World Trade Center de Estocolmo, organizado por IATTO y su miembro institucional en Suecia, ITM Worldwide, quien ofició de anfitrión del encuentro. Asimismo se trataron los temas de Responsabilidad Social Corporativa, Gestión a través de las culturas y Estrategias de Gestión del Comercio para PyMES.

Durante la conferencia, desarrollada del 3 al 6 de septiembre, se trataron temas como la gestión para la competitividad internacional, el papel de la educación para la mejora del comercio mundial, la transformación del comercio y del mercado en la economía del conocimiento y la gestión que permita crear una cultura de la innovación.

El Foro resultó un éxito: un 98% de los asistentes consideró que se habían cumplido con sus expectativas y aún excedido las mismas. Fue una oportunidad única para realizar contactos comerciales, dado que entre los participantes se encontraban representantes gubernamentales de numerosos países, organizaciones de promoción comercial, instituciones de capacitación comercial y pymes exportadoras.

El encuentro contó con la presencia de autoridades del gobierno sueco, representado por

el Vice Ministro de Comercio Gunnar Wieslander, y por importantes Escuelas de Negocios de China, Croacia, Sudáfrica y empresas destacadas de Europa dedicadas a la dimensión del conocimiento intra e inter cultural a la hora de realizar negocios (Trompenaars Hampden-Turner, Holanda; Accenture en Suecia). También participaron de las conferencias organizaciones internacionales de renombre, como la Asociación del World Trade Center, el International Trade Center (ITC) y la Agencia Internacional del Desarrollo en el Caribe. Asimismo también participaron organismos nacionales de promoción comercial de Alemania, Argentina, Brasil, Canadá, China, Croacia, Eslovenia, Estados Unidos, Finlandia, Francia, Holanda, India, Islandia, Italia, Namibia, Nueva Zelanda, Noruega, Reino Unido, Sudáfrica, Suecia, Suiza, Taiwán y Turquía.

Entre los expositores más prestigiosos y reconocidos se encontraron Fons Trompenaars (The Trompenaars Hampden - Turner), Leif Edwison, Marc Lucks (CBA Business School Zagreb, Croacia) y Per V. Jenster (China Europe Internacional Business School, CEIB, Shanghai, China).

Para el próximo año el Foro se prevé realizar de la mano del World Trade Center, Suiza, en Sophia Antipolis, Francia, con el fin de ofrecer oportunidades reales de contactos comerciales de aquellos que participen en el entrenamiento comercial.

IATTO es partícipe de la idea que todas las partes deben estar involucradas en el comercio exterior, tanto organizaciones de promoción comercial como también organismos de formación en comercio, y cooperar conjuntamente para poder ofrecer una gestión sostenida del comercio exterior a las pymes exportadoras.

El CEDEX en Expocomex 2008



Por segundo año consecutivo, el CEDEX de la Universidad de Palermo participó de la Exposición Internacional de Productos y Servicios para el Comercio Exterior, más conocida como Expo Comex 2008, que se llevó a cabo del 24 al 26 de septiembre en La Rural.

Desde sus comienzos en 2003, Expo Comex es un referente en el área de comercio exterior que alienta la interacción de los actores que participan en la actividad, ofreciendo una plataforma de proyección de temas de actualidad y un espacio para la búsqueda de nuevos mercados como un polo de relación para empresarios y productores.

El objetivo de la participación del CEDEX fue generar un espacio para la interacción de las partes que integran el comercio internacional, en el cual puedan generarse oportunidades de negocios, ampliación de conocimientos y finalmente, expansión de horizontes comerciales y productivos.

El CEDEX organizó el ciclo de charlas "La incursión en nuevos productos y destinos" orientadas a directivos de PYMES, emprendedores, profesionales de áreas de comercio exterior y gerentes de corporaciones en el proceso de desarrollo de nuevos mercados. El primer encuentro "Importar para Innovar" estuvo a cargo del profesor Pablo Kirschenbaum en el cual se destacó la importancia del proceso de innovación y el rol que juegan las importaciones para acercarnos a la eficiencia. El segundo encuentro "Mas allá de los commodities" estuvo a cargo del profesor Sergio Giannice la cual se orientó a determinar las diferencias y los roles que juegan los diferentes productos que integran la canasta de bienes y servicios exportados desde Argentina. El último encuentro "Conociendo nuevos rumbos" estuvo a cargo del profesor Marcelo Wiñazky en la cual se destacó la incursión del GIAPE (Grupo Industrial de Productos Eléctricos) en el mercado Americano y Europeo, donde seguidamente se difundieron características esenciales sobre los mercados de los Estados Árabes.

Todas las jornadas contaron además con la participación de empresarios locales que brindaron sus experiencias personales y empresarias en el desarrollo exportador de sus respectivas empresas.

Para aquellas personas interesadas en consultar las presentaciones de los expositores, los invitamos cordialmente a ingresar a **aquí** para bajar dicha información.

arriba ▲

► INFORMACIÓN ÚTIL PARA PYMES EXPORTADORAS

El Banco Nación se vuelca a las PYMES

El Banco de la Nación Argentina inauguró un sector exclusivo para la atención de pequeñas y medianas empresas en su sede central. Esta medida acompaña a la línea de créditos para la inversión que lanzó la entidad a diez años de plazo con una tasa de interés nominal anual fija del 12% para los primeros cinco años de la financiación. De los créditos otorgados, la mayoría han sido volcados al sector agropecuario, y en promedio el monto otorgado sobre un máximo de \$ 500.000 ha sido de \$159.000



Feria Internacional Sial Paris sectorial de alimentación y bebidas

La Fundación Export.Ar organizará el Pabellón Nacional Argentino en la feria SIAL Paris 2008, que tendrá lugar del 19 al 23 de octubre de 2008 en el Parc d'Expositions de Paris-Nord, Villepinte, Francia. Esta feria sectorial de alimentación y bebidas se celebra bianualmente y está dirigida a un público exclusivamente profesional.



Para mayor información sobre el evento visitar **www.sial.fr** o contactar a Andrés Superbi del Departamento de Promoción Comercial de la Fundación Export.Ar al teléfono (54 11) 4315-4841 int. 208 o vía mail a **sum@mrecic.gov.ar**

Feria Internacional "Fresh Summit"

La Fundación Export.Ar invita a participar de la muestra de frutas y vegetales frescos más importante de América del 25 al 27 de octubre, en Orlando. La feria "Fresh Summit" organizada por la PMA (Produce Marketing Association) es la mejor opción para conocer y profundizar las relaciones comerciales con los importadores/distribuidores más importantes de los Estados Unidos.



Para mayor información sobre el evento visitar: **www.exportar.org.ar** / **www.pma.com** o contactar a Patricio Pizzoglio a **ppi@cancilleria.gov.ar**

Feria Internacional MATELEC de la Industria Eléctrica y Electrónica

La Cámara Argentina de Industrias Electrónicas, Electromecánicas y Luminotécnicas y la Fundación Export.Ar convocan a participar en el Sector Oficial Argentino de la Feria Internacional de la Industria Eléctrica y Electrónica Matelec 2008, a realizarse entre el 28 de octubre y el 1 de noviembre en el Centro de Ferias y Exposiciones de la Ciudad de Madrid, España.



Para mayor información sobre el evento visitar **www.matelec.ifema.es**

► EVENTOS

México: el primer paso a Norteamérica

El CEDEX invita al seminario "México: el primer paso a Norteamérica" a cargo de Enrique Urbina (Abogado UNAM, especialista en Derecho Corporativo y Migratorio y Socio de Urbina & Urbina S.C. y Abogado Externo de TRW) y Jacobo Braun (Socio Fundador de Braun Bruckman y Asociados S.C).

El evento a realizarse el martes 14 de octubre, en la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de Palermo, Larrea 1079, Ciudad de Buenos Aires, está orientado a directivos de pymes, emprendedores, responsables del área de comercio exterior y ejecutivos a cargo del desarrollo de nuevos mercados.

El evento profundizará en los aspectos económicos, comerciales y fiscales de México a fin de fomentar el desarrollo de nuevas oportunidades de negocio entre empresas argentinas y mexicanas. Asimismo se presentarán los requisitos y normas legales a tomar en cuenta a la hora de emprender negocios en dicho mercado.

Para mayor información o inscripción ingresar **aquí** o contactarse con el CEDEX al teléfono (54 11) 5199-4500/5252-0432 int. 2341 o por email cedex@palermo.edu

► NOTICIAS DE COMERCIO EXTERIOR

08 de septiembre de 2008
La Nación
Por Mercedes Columbres
www.lanacion.com.ar

Crecieron los ingresos por exportaciones de commodities

Con aumentos de ingresos por exportaciones que van desde el 36% para el trigo y el 95% para el poroto de soja, podría decirse que la agroindustria argentina está festejando por el balance de los primeros ocho meses de 2008 respecto del mismo período del año pasado. Sin embargo, desde este sector afirman que los números oficiales son engañosos. "Lo que vimos en este tiempo fue un fenomenal aumento de los precios de las commodities, y no un aumento de los volúmenes exportados", explicó una fuente de la industria exportadora.



Este aumento de los precios, ocurrido en los primeros meses del año, es lo que explicaría la presencia de productos agrícolas en seis de los diez primeros puestos del ranking de los productos que más ingresos le dejaron al país entre enero y agosto por ventas al exterior.

La segunda explicación que dan las aceiteras afirma que los únicos aumentos significativos de volumen exportado se dieron en maíz y en trigo (4º y 7º lugar en el ranking de los productos que más ingresos por exportaciones generaron) y que esto se debería a una "chicana administrativa" de la Oficina Nacional de Control Comercial Agropecuario (Oncca), que preside el ex jefe de la Aduana Ricardo Echegaray.

"La resolución 543 nos obligó a exportar el trigo en un período de tiempo mucho más corto, por lo cual tuvimos que concentrar las ventas de siete millones de toneladas entre fines de diciembre y mediados de marzo pasados", argumentó una alta fuente de la industria. "Algo parecido sucedió con el maíz, rubro en el que se obligó a embarcar buena parte de la cosecha dentro de un límite de 45 días. En ambos casos, el aumento de volumen se puede explicar en que las exportaciones que antes podíamos declarar a principio de año y dosificar en 12 meses, ahora las hacemos en un lapso muy corto", agregó la fuente.

Los números oficiales de las exportaciones de enero a agosto que manejan en el sector muestran un fuerte protagonismo de los productos agropecuarios y sus derivados, ya que los cuatro primeros lugares del listado están ocupados por los residuos sólidos de la extracción del aceite de soja, poroto de soja y maíz. Más adelante, en los lugares séptimo y octavo, se encuentran el trigo y el aceite de girasol. Fue este último producto el que más aumentó sus ingresos por las exportaciones, un 151%, lo que generó divisas al país por 1182 millones de dólares.

Desde la visión de la Casa Rosada, estos números permitirían demostrar dos argumentos: que el paro del campo fue una falacia, ya que se comerció más que nunca, y que el contexto no es tan negativo como dicen las empresas y las entidades. Desde las aceiteras y el campo insisten: "Los aumentos se explican por los precios". Y agregan que los ingresos podrían haber sido mucho mayores, "sino fuera por el intervencionismo y la maraña de regulaciones cada vez más difíciles".

"Cuando se presentan estos números, se olvidan de que buena parte de la cosecha ya estaba negociada cuando estalló el conflicto [el 50%] y eso se exportó, sin contar el stock que las aceiteras ya tenían", dijo el director de la Confederación de Asociaciones Rurales de Buenos Aires y La Pampa, Alfredo Rodes. "Eso, sin contar la soja que vino de Paraguay por el régimen de importación temporaria y que también se procesó y exportó", agregó Rodes.

11 de septiembre de 2008
Infobae Profesional
Comercio Exterior
[www..infobaeprofesional.com](http://www.infobaeprofesional.com)

El vino argentino cerrará 2008 con récord de exportaciones

Las exportaciones vitivinícolas argentinas superarían este año los u\$s 700 millones, y alcanzarían así nuevos récords, a raíz de la mejora de la competitividad del sector, de acuerdo a proyecciones privadas realizadas en base a datos del INDEC.

"La industria vitivinícola viene mostrando un fuerte ascenso en sus ventas al exterior desde 2002, a partir del nuevo flujo de inversiones y el cambio estructural, que le ha permitido triplicarlas en 5 años", destacó un informe de la consultora IES.



De acuerdo a la información oficial, en los primeros siete meses del año las ventas externas de vinos, mosto y espumantes -que ya representan 93,4% del sector bebidas- alcanzaron un valor de u\$s 472,5 millones, lo que representa un incremento de 33,7% con respecto a igual período de 2007.

Del total, las exportaciones de vinos representaron ingresos de divisas por u\$s 323,2 millones (68,4%), una cifra 29,7% superior a la del mismo período de 2007, favorecida por los mayores envíos de vinos a granel a mercados no tradicionales como China a raíz de la sequía que afectó la producción chilena.

En cantidades, con 220,4 millones de litros exportados a 89 países, el incremento fue de 25,3%, acotó el trabajo. Durante los primeros siete meses del año, y de acuerdo al valor de lo enviado, los principales destinos para los vinos argentinos fueron Estados Unidos, Canadá, Rusia, Reino Unido, Brasil y los Países Bajos, que concentraron más de 61% de las ventas.

Por su parte, las ventas al exterior de mostos (jugo de uva con o sin alcohol resultante del proceso de vinificación) alcanzaron entre enero y julio un valor de u\$s 113,8 millones, 42,2% más que en el mismo lapso del año pasado.

En este mercado, la Argentina es y seguirá siendo uno de los principales exportadores mundiales ya que "existe una importante sobreoferta de uvas en el mercado, que -por decisión conjunta de los gobiernos provinciales y los productores- son retiradas del mercado para la fabricación del mosto, a fin de mantener el valor de la uva elevado".

En tanto, los despachos de vinos espumantes crecieron 39,3%, aunque aún los montos de

exportación son pequeños.

Por otra parte, pese a los problemas de logística provocados por la protesta del sector agropecuario que impactaron seriamente sobre la oferta, el desempeño del sector fue satisfactorio "por las buenas condiciones de operación que cuentan hoy las bodegas".

18 de septiembre de 2008
Infobae Profesional
Relaciones Internacionales
www.infobaeprofesional.com

La exportación de autos supera su récord histórico y totalizará 374 mil unidades este año

Durante los primeros siete meses del 2008 se exportaron 195.620 automóviles, más del 31% de lo transferido durante 2007. Brasil continúa siendo el principal destino de las exportaciones argentinas de vehículos: en 2007 ese mercado representó el 62.1% del total de ventas al exterior. La exportación de vehículos alcanzará las 374 mil unidades este año, marcando un incremento récord del 18% respecto del año pasado. Durante los primeros siete meses del año se exportaron 195.620 automóviles, más del 31% de lo transferido durante 2007.



Las terminales argentinas enviaron, a lo largo 2007, vehículos de producción nacional a más de 80 destinos diferentes, esto es ocho destinos más que durante 2006 y 17 más que en 2005.

De acuerdo a un informe divulgado por la consultora Abeceb.com, Brasil continúa siendo largamente el principal destino de las exportaciones argentinas de vehículos: en 2007 ese mercado representó el 62.1% del total de ventas al exterior.

El segundo destino más relevante resultó México, con el 12.7% de las ventas, mientras que Venezuela (6.1%) y Chile (5.1%) les siguen bastante atrás.

Según la misma fuente, comienzan a aparecer nuevos destinos que si bien sólo representan alrededor del 8% de las ventas totales, permitieron compensar las caídas en destinos más tradicionales.

Europa, África y Oceanía incrementaron significativamente sus compras a la industria local, pero especial significación tienen los envíos al bloque de países europeo que durante los primeros siete meses de este año multiplicó su cuantía en más de un 376%, apoyado no tanto en el envío de nuevos modelos, pero si en mayores cantidades del Citroën C4 y de la Mercedes Sprinter.

Europa

Europa pasó entonces de representar el 1.7% de las exportaciones de vehículos argentinos en los primeros siete meses de 2007 a más del 6.3% actual.

En esta mirada a las ventas externas de la industria automotriz argentina, es inevitable hacer referencia a Brasil, que a pesar de la dinámica que están mostrando otras regiones continúa siendo el principal cliente de la industria local.

El relevamiento divulgado por la consultora asegura que el mercado de vehículos importados en el país vecino está creciendo a tasas récord desde 2005. "De hecho ese año las ventas de importados crecieron 31%, en 2006, 66%, en 2007, 100% y en lo que va del año acumula un crecimiento del 59% respecto a igual período de 2007", señala el texto.

"Esta virtual explosión de ventas de vehículos importados en Brasil resulta especialmente significativa para la industria automotriz argentina debido a que en la actualidad, más de dos tercios de esas ventas son vehículos de producción nacional. La inserción argentina en el mercado brasilero es del 67.1%", agrega.

Al parecer, y para abastecer esta demanda, las 10 terminales argentinas envían a Brasil 24 modelos diferentes que, en los primeros siete meses del año sumaron 140.338

unidades, un 67.7% más que en igual período del año pasado.

Alarmas

Si bien las exportaciones totales de vehículos vienen creciendo exponencialmente desde 2003 y este año se espera continúen en la misma senda, algunos destinos comienzan a mostrar retracciones fuertes.

De acuerdo a Abeceb.com, en los primeros siete meses de este año, países como Venezuela, Perú, Colombia y Chile, disminuyeron sus compras. Lo mismo puede observarse en los envíos a México y varios países de Centroamérica, como Panamá, Guatemala, Honduras, El Salvador y Costa Rica.

Las causas que explican estas caídas están asociadas a factores de diversa índole. Por un lado, varios de los países citados están atravesando por un proceso de gradual apertura al mundo y cerrando acuerdos comerciales con socios capaces de dar una mayor competencia a la oferta argentina (México y Chile, por caso).

Por otra parte, Venezuela impuso en enero último una restricción para importar vehículos con el propósito de estimular la producción (ensamble) local, medida que provocó un desplome de las ventas internas de vehículos nuevos y una explosión en las ventas y los precios de vehículos usados

Oferta

Más allá de estas cuestiones asociadas con la demanda mundial, también aparecen las primeras señales de alerta desde el lado de la oferta, afirma la consultora.

“En primer lugar, las restricciones que se impusieron a la producción local por los cortes de ruta durante del conflicto entre el gobierno y el campo, sumado a la huelga de los empleados de la aduana en Brasil más o menos durante el mismo periodo, obligaron a las terminales a penalizar algunos destinos de exportación para poder así satisfacer la demanda local y también la brasilera. Este es el caso de algunas terminales que envían o enviaban modelos a Centroamérica”, apunta. “De todas maneras, y más allá de estas cuestiones coyunturales, la dificultad que comienza a preocupar cada vez más a las terminales es la asociada a los problemas de competitividad”, agrega el informe.

Según Abeceb.com, los incrementos en los costos (principalmente salariales y de materias primas) sumados a una apreciación real de la moneda local que está licuando los beneficios originados en la devaluación que impuso el fin de la convertibilidad “están haciendo cada vez más difícil la competencia con México y algunos otros del sureste asiático”.

25 de septiembre de 2008

La Nación

Por Mercedes García Bartelt

www.lanacion.com.ar

Los cosméticos argentinos llegan a nuevos mercados internacionales

No importa si hay crisis, conflictos políticos, paros agropecuarios... la búsqueda de la belleza no conoce barreras y la industria nacional de la cosmética sigue consolidándose, ahora con la mira puesta en los mercados externos más tradicionales, los latinoamericanos, y otros nuevos, como Grecia, Australia, Namibia y Zimbabwe. Sin embargo, en el horizonte asoma una baja en la rentabilidad por la cotización del dólar, que las compañías enfrentan con la apertura de nuevos mercados y una



apuesta a productos de valor agregado, destinados a la floreciente industria de los centros de belleza y spa.

Desde 2001 las exportaciones de productos cosméticos mantuvieron tasas de crecimiento superiores a las del producto bruto interno (PBI). El año pasado, las ventas al exterior se acercaron a los US\$ 350 millones y en lo que va de 2008 acumulan un crecimiento del 25%, según un informe de la Cámara Argentina de la Industria de Cosmética y Perfumería (CAPA), que hace pocos días organizó la exposición Cosmesur Beautyworld Buenos Aires, junto con Indexport Messe Frankfurt.

Los técnicos de CAPA resaltan que el 48% de las exportaciones (US\$ 105,2 millones) están dirigidas al Mercosur, aunque las grandes y pequeñas empresas argentinas "están intentando abrir los envíos al resto del mundo", apoyadas en un tipo de cambio favorable, productos de alto valor y la constante expansión del mercado de centros de estética y spa.

Estrategia de guerrilla

Tal es el caso de Idraet, que incrementó un 120% las exportaciones en lo que va del año. El proyecto, que tiene cinco años en el mercado, exhibe sus productos en Perú, Ecuador, Puerto Rico, El Salvador y está entrando en Guatemala, Honduras y Grecia. Dentro de unos meses, llevará sus artículos de cosmética facial y corporal a Rumania y Turquía.

"Nuestra ventaja es la estrategia de guerrilla. No somos marcas mundiales como L Oréal, que para cambiar un producto tienen que movilizar una estructura gigante. Tenemos que aprovechar la flexibilidad de ser más chicos y explotar la veta del packaging. No tenemos nada que envidiarles a los grandes en calidad porque en el país se tratan activos y materias primas de última generación", resaltó Rodrigo Cascallar, director comercial de Idraet. "Hoy los precios están competitivos en relación con las grandes marcas, pero la estructura de costos se va encareciendo con el tipo de cambio y hay que hacer ajustes en los precios que no sean muy bruscos. Nosotros aplicamos aumentos del orden del 2 al 5 por ciento", agregó.

"Estamos en una etapa de crecimiento, lanzando productos y ampliando un 25 por ciento la base de clientes, que está focalizada en las cosmetólogas", detalló Raúl Enero, codirector técnico y socio gerente de Laca, que factura \$ 4 millones por mes. El grupo exporta el 15% de su producción y este año está abriéndose paso en Chipre y Australia. "Estamos produciendo con marca propia y para terceros. La calidad de los productos argentinos es reconocida en el exterior, pero ahora tenemos la asignatura pendiente del tipo de cambio. El dólar está relativamente fijo y los costos, no. Eso está reduciendo los márgenes de rentabilidad", dijo Enero.

Biferdil también incrementará entre un 15 y 20% las exportaciones este año. "Buena parte de los envíos van a Estados Unidos, Chile y Uruguay, pero estamos abriendo Polonia y desde allí ingresaremos al resto de Europa del Este", explicó Rodrigo Aranda, responsable de comercio exterior de Biferdil.

Según señaló, las exportaciones "crecen por la calidad del producto y una ventaja de precios que se mantiene, a pesar de que el tipo de cambio está bajando". Al igual que sus competidores, Aranda considera que "la Argentina se tiene que posicionar como proveedor de productos de alto valor y calidad porque tiene las materias primas y los profesionales para hacerlo".

Issue Group también avanzó sobre nuevos mercados: hace pocos días comenzó a exportar a Namibia, Zimbabwe y Botswana. La compañía argentina, focalizada en el cuidado capilar, vende 14 millones de unidades por mes, de las cuales exporta 8 millones.

arriba ▲

► LEGALES

- La Resolución General 534/2008 publicada en el Boletín Oficial el 03/09/08 establece un régimen especial para la constitución de fondos comunes de inversión Pymes. El mismo está destinado a fortalecer el desarrollo y crecimiento de las Pymes en el mercado de capitales estableciendo Fondos Comunes de Inversión Especializados, estableciéndose que como mínimo el 75% del mismo deberá invertirse en activos que compongan el objeto especial de inversión, y del precedente un 40% deberá invertirse en valores negociables emitidos por las Pymes.

- Se considerarán Pymes de baja capitalización bursátil, aquellas que no superen el 0,3% de la capitalización bursátil correspondiente a la totalidad de empresas que integran el panel general de cotización de la Bolsa de Comercio de Buenos Aires y no superando el monto de capitalización de la misma, los quinientos millones de pesos.

- El Banco Central de la República Argentina dispuso a través de la comunicación "A" 4839, que con vigencia a partir del 09/09/08 las entidades financieras otorgarán el cumplimiento de permisos de embarque en operaciones que muestren como ventaja aduanera "Exponotitoneroso" siempre que no generen un contravalor en divisas, cuando se cumplan

determinadas condiciones y el cliente presente la documentación detallada para cada caso en particular.

Las operaciones comprendidas son las siguientes:

1. Exportaciones por devolución de bienes al propietario del exterior, que fueron previamente importados al país.

2. Operaciones que correspondan a bienes enviados en reemplazo de bienes defectuosos oportunamente exportados y amparados por contratos de garantía, sin reimportación de la mercadería defectuosa.

3. Envíos de residuos peligrosos para su destrucción en el exterior, donde además figure la ventaja aduanera "Residuopelig".

4. Casos no contemplados en los puntos anteriores, en la medida que el valor FOB declarado no supere el equivalente de U\$S 10.000 - en cada permiso de embarque o U\$S 100.000 - por año calendario en el conjunto de las entidades financieras. En caso de utilizar esta modalidad, la entidad financiera deberá informar a la Subgerencia de Regulaciones Cambiarias, dentro de los (5) cinco días hábiles siguientes de otorgado el cumplimiento de embarque, las características de las operaciones involucradas.

- La Disposición 4/2008 publicada en el Boletín Oficial del 12/09/08 prorroga el plazo establecido para la presentación de proyectos del Artículo 4º de la Disposición N° 259/200. El mismo otorga una implicación hasta las dieciséis horas del 3 de octubre el tiempo para el llamado a presentación y ejecución de proyectos de capacitación de micro, pequeñas y medianas empresas bajo el régimen de crédito fiscal para capacitación del año 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