

Boletín de Noticias

Centro de Estudios para
el Desarrollo Exportador

| Actividades | Comunidad CEDEX | Información para PYMES | Noticias | Legales

año 5 | edición nº 52

martes 31 de agosto | 2010

Actividades

Expo Despachante 2010

El CEDEX de la Universidad de Palermo participará el próximo 15 de septiembre de la 2ª. Expo Despachante 2010 –Muestra de productos y servicios para el despachante de aduana de la Argentina–, organizada por el Centro Despachantes de Aduana.

Expo Despachante 2010 brinda un marco ideal donde los proveedores de productos y servicios relacionados con el comercio exterior pueden exhibirse frente a un target específico y de suma importancia en la toma de decisiones.



Orientado a empresarios, despachantes de aduana, importadores-exportadores, entidades y demás operadores del comercio exterior, la jornada contará con la concurrencia los principales referentes del comercio internacional, en un amplio programa de actividades que incluyen ciclos y conferencias, posibilitando la concreción negocios, vínculos y alianzas.

Para mayor información visitar www.expodespachante.com o bien comunicarse al (54 11) 4331 2338.

El CEDEX presente en Expo Logisti-K 2010

Por primer año, el Centro de Estudios para el Desarrollo Exportador (CEDEX) de la Universidad de Palermo estuvo presente en la Expo Logisti-K 2010, 9na Exposición Internacional de Logística y Movimiento de la Mercadería que tuvo lugar del 10 al 13 de agosto en La Rural.



Visitaron el stand del CEDEX más de 400 personas en búsqueda de asesoramiento en logística comercial, operatoria del comercio exterior y dirección de empresas exportadoras como así también en búsqueda de información sobre los variados programas ejecutivos y carreras de grado que dicta la Universidad de Palermo.

Entre los visitantes, el 23% correspondió a sectores relacionados con la prestación de servicios logísticos. Asimismo representantes de los sectores alimenticios, de manufacturas industriales y de educación se hicieron presentes en un 8, 7 y 6 % respectivamente. Sectores como salud, consultoría, tecnología, energético y fundaciones también estuvieron presentes representando cada uno un 5%.

En el marco del ciclo de charlas propuesto por la Expo Logisti-K, el CEDEX brindó un debate abierto sobre el "Déficit de las soluciones logísticas en las PYMES" a cargo del Prof. Pablo Kirschenbaum abarcando la problemática a la cual se enfrentan las Pymes argentinas a la hora de desarrollar las competencias para lograr alcanzar la internacionalización de sus negocios.



Comunidad CEDEX



La Fundación Empresa Global de Investigación y Capacitación en Competitividad (FEG) es una institución sin fines de lucro creada por iniciativa del Lic. Sebastián Bagó, Presidente de Laboratorios Bagó S.A., a los efectos de impulsar la inversión en emprendimientos con alto potencial de crecimiento y fuerte diferenciación.

Dentro de las actividades que la Fundación lleva a cabo se destacan: el programa de gestión estratégica y crecimiento de las PYMES, la capacitación y fortalecimiento de una red de inversores en Buenos Aires, los foros financieros, la elaboración de propuestas de política pública y el concurso de promoción de la empresariedad.



Lic. Luis Del Prado, Dr. Guillermo Spitznagel y Lic. Verónica Baridón.

La Fundación Empresa Global, el CEDEX/UP y la Fundación Empresaria de la Paragonia (FEPA) dictan con el apoyo del BID,

desde 2009 en la ciudad de Puerto Madryn, Chubut, el "Programa de Gestión Estratégica y Crecimiento de las PYMES". El objetivo del programa es permitir a los empresarios PYME mirar críticamente su organización a la luz de las modernas herramientas de management, ayudándolos a detectar fortalezas, debilidades y oportunidades de mejora para su negocio y las distintas áreas funcionales que lo componen buscando generar alto valor agregado. La intervención de profesores de CEDEX/UP, FEPA y de FEG hacen posible que cada año un grupo de empresarios PYMES reciban esta capacitación y puedan mejorar la gestión de su empresa, colaborando al desarrollo de la región.



Información para PYMES

GCC Power Doha 2010

Del 1 al 4 de octubre se desarrollará en el Doha Exhibition Center en Doha Qatar **GCC Power Doha 2010**. En la misma estarán presente representantes de empresas de equipos eléctricos dando a los participantes la oportunidad de aprender sobre los últimos avances en la electricidad y la industria de la energía. La exposición cubre todos los aspectos de la producción, transporte y distribución de electricidad. Ofrecerá a los delegados la oportunidad de debatir las últimas tendencias, desafíos, desarrollos y estrategias para satisfacer la expansión de las necesidades de energía.



Para mayor información visitar www.gcc-cigre-power.com, contactar a GCC Cigre al (97 40) 4620 497 o vía e-mail a info@ifpqaatar.com.

Bursa Agriculture 2010

Del 6 al 10 de octubre se desarrollará en Bursa, Turquía **Bursa Agriculture 2010**. La misma es considerada una de las mayores ferias agrícolas en el Oriente Medio y cubre la gama completa del sector agrícola. Es una gran manera de obtener una visión general de las últimas innovaciones y tendencias previstas para el sector e intercambiar impresiones con los expertos de la industria.



Para mayor información contactar a Tüyap Fairs and Exhibitions Organization Inc. vía email a arzufirat@tuyap.com.tr, al (90 212) 8671100, o bien visitar www.tuyap.com.tr.

China International Logistics & Transportation Fair Shenzhen 2010

Del 15 al 17 de octubre se desarrollara en Shenzhen, **China la Feria Internacional de Logística y Transporte**. Se darán cita en la misma una gran variedad de expositores de todo el mundo presentarán sus últimos productos y servicios. Además, numerosas conferencias, talleres y conferencias sobre nuevas tendencias y tecnologías se celebran durante la misma.



Para mayor información contactar a SCM Fair vía email a iscm002@scmfair.com, al (86 7) 55 83581250, o bien visitar www.scmfair.com.





17 de agosto 2010

La Nación
Por Alberto Borrini
www.lanacion.com.ar

La inversión cerraría un año récord con \$ 12.000 millones

La primera mitad del año muestra un crecimiento positivo de la inversión publicitaria, alineada con los resultados del primer trimestre, confirma un informe estadístico de la Cámara Argentina de Centrales de Medios (Cacem), que se acaba de difundir.

En relación con igual período de 2009, el aumento nominal, en pesos, que es de alrededor del 40 por ciento, resulta más relevante aun, porque se da a contramano de un contexto mundial crítico, en el que varios de los mayores mercados publicitarios están en problemas.

La estadística en moneda nacional es una de las dos caras de la actividad, la más optimista siempre que no se descuenta de la cifra total la tasa de inflación del período, que últimamente es igual o mayor y, por lo tanto, sólo confirma el estancamiento de la actividad.

Pero esta vez el salto no sólo habría superado a la inflación, sino también a la otra faz, considerada más real y dura, porque se basa en el cómputo de los espacios físicos ocupados por anuncios y campañas en los medios, que realiza Monitor de Medios y que esbozó también una sonrisa al mostrar un aumento neto del 12 por ciento, según la misma fuente.

Los factores que gatillaron el boom de la inversión en el primer semestre son bien conocidos. De un lado, el Mundial de fútbol de Sudáfrica, una esponja que comenzó a absorber publicidad tempranamente, casi desde principios de año; por otro, la celebración del Bicentenario también contribuyó a multiplicar los avisos.

"El año 2010 pinta muy bien para la actividad publicitaria en conjunto", opina Luis Mario Castro, presidente de la Cámara Argentina de Anunciantes, (CAA). Calcula el directivo que el aumento neto, incluidos los dos primeros meses del segundo semestre, menos favorecido con acontecimientos que el primero, sería del orden del diez por ciento.

Según Cacem, la inversión nominal del primer semestre alcanzó a \$ 5250 millones; la proyección de esta cifra la llevaría a un total anual de alrededor de \$ 11.900 millones, contra \$ 9.000 millones en 2009.

En cuanto a los volúmenes físicos, "el aumento en segundos emitidos por la TV abierta está parcialmente condicionado por los grandes anunciantes que habían emigrado en el primer semestre de 2009, y que han regresado a la pantalla este año. Sin su aporte, el aumento de la inversión en el medio, del 54%, habría bajado al 27%", precisa Eduardo Guichou, director ejecutivo de la entidad.

La televisión abierta es uno de los medios que más creció en el período. "El incremento de la inversión nominal, que incluye los aumentos de los precios de los medios, fue del orden del 50 por ciento. Las empresas de consumo masivo y las actividades financieras lideran los aumentos", expresa Castro, de la CAA.

El cuadro estadístico de Cacem revela que el medio electrónico es escoltado por las revistas, con el 39%, y el cable con el 37%. Los diarios, Internet y el cine crecieron, individualmente, el 34%, mientras que la radio en la Capital Federal avanzó el 31%, y la vía pública, el 13 por ciento.

En términos económicos, la televisión en conjunto, por aire y por cable, absorbió en el primer semestre el 49% de la inversión total;

los diarios y las revistas, el 38%, y la vía pública el 6 por ciento. Más atrás figuran Internet y la radio en la Capital, cada una con el 3%, y el cine, con el 2 por ciento.

"No sorprende la buena recuperación de la inversión del primer semestre, sencillamente porque en 2009 la publicidad no anduvo bien, debido a la crisis desatada a fines de 2008", comenta Santiago Olivera, flamante presidente de la Asociación Argentina de Agencias de Publicidad (AAAP).

"Con los antecedentes del primer semestre, y de no modificarse la evolución de las variables macroeconómicas, consideramos que las expectativas publicitarias son favorables", resume el informe de Cacem.



Córdoba ya captó más inversiones que en el 2009

Durante los seis primeros meses del 2010, la provincia de Córdoba captó inversiones por u\$s 1.018,3 millones, cifra que supera a la de todo el año pasado, cuando en la provincia mediterránea hubo anuncios de inversiones por u\$s 906,8 millones. Además, se acerca a los u\$s 1.048,4 millones correspondientes a todo el 2008.

De acuerdo a los datos provisorios elaborados por el Centro de Estudios para la Producción, dependiente del Ministerio de Industria de la Nación, la industria de la construcción, de la energía, la automotriz y la autopartista explican en conjunto el 78,8% del total de las inversiones.

17 de agosto 2010

El Cronista
Por Mariano
Gorodisch

www.cronista.com

El sector de la construcción conservó el liderazgo de los últimos años, con u\$s 340,3 millones y, si se suman los u\$s 20 millones de materiales para la construcción, la cifra asciende a u\$s 360,3 millones.

Esto representa un 10,7% más que en 2009 y casi 45% por encima de 2008, aunque en aquel entonces la actividad sufrió un fuerte impacto a raíz de las consecuencias del enfrentamiento del campo y el gobierno, ya que uno de los principales inversores hasta ese momento eran los productores agropecuarios.

La recuperación de la industria automotriz y de las autopartes, impulsada principalmente por Brasil, también fue decisiva. De hecho, entre el 1° de enero y el 30 de junio pasado, se contabilizaron u\$s 290,1 millones de nuevas inversiones, un 67% más que el año anterior y casi 29% por encima de 2008.

El tercer lugar del podio de este primer semestre del año lo ocupa el sector energético, con u\$s 171,9 millones, casi el doble que los u\$s 96,9 millones de todo el año pasado, y que superó también a los u\$s 134 millones anunciados durante el transcurso del 2008.

En tanto, el rubro hoteles y restaurantes captó u\$s 51,4 millones frente a los u\$s 64,2 millones de 2009 y los u\$s 76,4 millones de 2008.

Un escalón más abajo se encuentra el rubro de alimentos y bebidas, con u\$s 46,8 millones, seguido por el de agricultura, ganadería y pesca, con u\$s 35,5 millones.

El director ejecutivo de la Unión Industrial de Córdoba, Fernando Sibilla, señaló a El Cronista que, de acuerdo a los cálculos que vienen manejando, la industria cordobesa terminará el año con un crecimiento estimado de entre un 8 y un 10%, de modo de recuperar lo perdido durante el año pasado.

De todos modos, el ejecutivo reconoció que el comportamiento

industrial en la provincia es muy heterogéneo, ya que la situación energética golpeó a muchas empresas.

"Es un tema todavía no resuelto, que nos sigue generando muchos inconvenientes. Por otra parte, el tema laboral y sindical sigue siendo una materia pendiente entre las pequeñas y medianas empresas, que sufren una enorme inflación de costos en su estructura salarial que difícilmente pueden trasladar de la misma manera a sus precios", admitió Sibilla.

A su criterio, las pymes cordobesas no sólo continúan teniendo hoy ciertas trabas para conseguir financiamiento, sino que tienen una fuerte presión impositiva, con superposición de tasas tanto a nivel nacional, provincial como municipal.

Por ese motivo, desde la Unión Industrial de Córdoba tienen pensado impulsar una profunda reforma tributaria, con el objetivo de no quitar competitividad a la industria.



24 de agosto 2010

La Nación
Por Florencia Carbone
www.lanacion.com.ar

Una década con la huella de las pymex

Las pequeñas y medianas empresas exportadoras del sector metalmecánico fueron las que tuvieron la tasa de crecimiento más dinámica la última década: 124 por ciento.

Maquinarias agrícolas y autopartistas empujaron el rubro, que encabeza el ranking, seguida por las firmas pequeñas y medianas del sector de alimentos, bebidas y tabaco (116%), y las de químicos y plásticos (110%).

Los grandes perdedores de la década fueron cuero y calzados (-30%) y textil y vestimenta (-5%).

Los datos surgen de la presentación que realizaron Eugenia Crespo Armengol y Gloria Pérez Constanzo durante el seminario "Evolución de las Pymex y su participación en las exportaciones", la semana última.

El trabajo se realizó sobre la base de una encuesta a exportadores y socios de la Cámara de Exportadores e información sistematizada por el Observatorio Pymex en los últimos once años.

Durante el período analizado los valores exportados por las grandes empresas crecieron más que lo que venden las pymes (empujado fundamentalmente por el precio de las commodities), pero en la última década, el gran incremento se dio en la cantidad de pymes que comerciaron con el exterior.

Hoy son 4376 las firmas calificadas como "estables". El grupo total en 2009 reconoce a 5608 empresas, pero de esa cifra, cada año, hay ingresos (firmas que dejan la categoría de micro empresas y suben a la de pymes) y egresos (son promocionadas a la categoría de grandes).

Las pymes representan el 62% de las exportaciones argentinas; el 8% de las ventas al exterior está en manos de grandes firmas y el resto lo realizan microempresas (cuyas ventas no superan los 50.000 dólares).

Que la realidad varía según el color del cristal con el que se la mire, quedó demostrado una vez más. Vaya sino el ejemplo que dieron las expositoras.

Muchas veces se apela a la distancia que recorren las exportaciones manufactureras para medir el grado de desarrollo o maduración de las empresas, y así se verifica que mientras las grandes firmas logran ubicar sus productos hasta 8000 kilómetros en promedio, las

pymex viajan en promedio 5500 kilómetros.

Sin embargo, esa distancia que posicionó a las pymes en el vecindario fue lo que funcionó como seguro para las compañías en medio de la última crisis ya que la región fue de las zonas menos afectadas y por lo tanto, uno de los sitios donde la demanda se alteró menos.

El comportamiento de las exportaciones durante el primer semestre de 2010 preanuncia un muy buen año para las pymes ya que en el trabajo se observa que las ventas se acercaron mucho al mismo período de 2008, cuando se registraron cifras récord para el comercio argentino.

Por último, una mirada regional de las exportaciones de las pymes permite observar que la Región Centro (Córdoba, Entre Ríos y Santa Fe) fue la que más creció en la década, que tuvo un incremento de 94% en número de compañías y 231% en cuanto al monto de sus ventas.

El ranking encuentra en segundo lugar a Cuyo, que vio crecer 83% el número de pymes que comercian con el mundo, y 184% su facturación. Luego aparecen el NOA, que aumentó 37% la cantidad de empresas y 98% el monto de su facturación, la Patagonia (27% y 46% respectivamente) y el NEA (-11% y 6%).

¿Qué efectos tuvo la crisis de 2009 en las pymes de las provincias?

La lista de las que más crecieron es encabezada por Tucumán, que exportó US\$ 65,8 millones e incrementó sus ventas al exterior 36,6% respecto de 2008; Entre Ríos, vendió por US\$ 111,3 (8,7% más); y Salta, ventas por US\$ 113,2 (5,3%). El ranking de los distritos que más perdieron está liderado por Neuquén, que generó comercio por US\$ 16,8 millones (una caída del 46%); seguida por Corrientes, concretó ventas por US\$ 26,9 millones (-36%); y la Ciudad de Buenos Aires, que comerció US\$ 25,3 millones (-28%).



Legales

- La Resolución 15/2010 de la Secretaría de Industria, Comercio y de la Pequeña y Mediana Empresa publicada en el Boletín Oficial el 04 de agosto convoca a emitirse la orden de pago por un total de \$1.627.250,62 en concepto de pago de bonificación a los créditos otorgados por la utilización de los cupos colocados con vencimiento en el mes de julio de 2010, cuyo beneficiario es el Banco Central de la República Argentina, debiendo éste realizar las acreditaciones en las cuentas corrientes de los distintos bancos operadores de las líneas de financiamiento del régimen de bonificación de tasas.
- La Resolución 23/2010 de la Secretaría de Industria, Comercio y de la Pequeña y Mediana Empresa publicada en el Boletín Oficial el 19 de agosto convoca a ejecutarse el cobro en concepto de comisión de compromiso por no utilización de cupos de créditos adjudicados y no colocados.



FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

CEDEX – Centro de Estudios para el Desarrollo Exportador

Av. Santa Fe esquina Larrea 1079 • C1117ABE • Capital Federal • Tel: (54 11) 5252 0435 int. 2341

cedex@palermo.edu • www.palermo.edu/cedex

La Universidad de Palermo no desea generar correo electrónico no deseado. En caso que usted no desee recibir más este tipo de comunicaciones, puede enviar un mensaje con la palabra **EXCLUIR** en el asunto a la cuenta de correo: eventosface@palermo.edu