



centro de estudios para
el desarrollo exportador



boletín de noticias

[actividades](#) [comunidad cedex](#) [información para pymes](#) [noticias](#) [legales](#)

año 6 | edición nº 59

jueves 31 de marzo | 2011

actividades

Últimas vacantes para los Programas Ejecutivos en Negocios Internacionales:

Programa Ejecutivo en Dirección de Empresas Exportadoras

Inicio: 26 de abril de 2011.

Duración: 8 meses.

Horario: martes de 9 a 11.30hs.

Programa Ejecutivo en Operatoria del Comercio Exterior

Inicio: 4 de mayo de 2011.

Duración: 4 meses.

Horario: miércoles de 19 a 21 hs.

Programa Ejecutivo en Logística Comercial

Inicio: 28 de abril de 2011.

Duración: 4 meses.

Horario: jueves de 19 a 21.30 hs.

Para informes sobre los requisitos y costos de inscripción comunicarse al (54 11) 5199-4500 int. 2341 o bien escribir a cedex@palermo.edu.



Seminario Internacional



UNA MIRADA HACIA EL MUNDO EMPREENDEDOR

El CEDEX de la Universidad de Palermo invita al seminario internacional **Una mirada hacia el mundo emprendedor** a realizarse el martes 5 de abril, de 19 a 20.30, en la Facultad de Ciencias Económicas.

El evento contará con la disertación del especialista griego en desarrollo de negocios y asesoramiento estratégico **Dr. Andreas Antonopoulos**.

El enfoque de este seminario es la gestión de nuevas empresas de alto crecimiento. Se presentarán herramientas de evaluación de oportunidad de mercado, modelos financieros y planes de negocios. Se prestará especial atención a temas como el "intrapreneurship vs. entrepreneurship", el impacto de la globalización y la estrategia tecnológica. Se detallarán los desafíos particulares que enfrenta la gestión de nuevas empresas como son la conformación del equipo de trabajo, la gestión del crecimiento, la equidad y la compensación, entre otros.

Fecha: martes 5 de abril de 2011.

Horario: 19 a 20.30 hs.

Lugar: Facultad de Ciencias Económicas, Av. Santa Fe esquina Larrea 1079.

Inscripción: cedex@palermo.edu o telefónicamente al (011) 5199-4500 int. 2341.

Actividad gratuita. Requiere inscripción previa. Cupos limitados.
La conferencia será en inglés sin traducción simultánea.



comunidadcedex



ArteFinal, es una empresa que se especializa en brindar soluciones integrales de diseño, impresión offset, ploteos, señalética, serigrafía y merchandising. Con su equipo de profesionales y la última tecnología brinda soluciones para pequeñas, medianas y grandes empresas, con la más alta calidad y los mejores precios. El valor agregado de **ArteFinal** es saber escuchar las necesidades de sus clientes y asesorarlos con ideas innovadoras, que los ayuden a impulsar sus negocios.

Maximiliano Valdivia (socio de la empresa) cursó el **Taller de Desarrollo del Comportamiento Emprendedor**, dictado por la Fundación Empretec y el CEDEX de la Universidad de Palermo, con el auspicio del Banco de la Nación Argentina. Este es un taller interactivo y experimental, diseñado por las Naciones Unidas y adaptado a la realidad Argentina, con el objetivo de estimular en los emprendedores y empresarios PYME rasgos y conductas asociados al éxito empresarial.



información parapymes

Encuentro de Negocios Córdoba-Singapur



El 5 y 6 de abril se desarrollará en la ciudad de Córdoba, Argentina "Encuentro de Negocios Córdoba-Singapur". Esta ronda de negocios tiene como objetivo profundizar en actividades comerciales de la industria alimenticia ya realizas aumentando así las relaciones comerciales con el país asiático.

Para mayor información contáctese al (54) 0351 434-3065/68, vía e-mail a info@procordoba.org o bien visitar www.procordoba.org.



Créditos para pymes



Nación Leasing, empresa del grupo Banco Nación, lanzó una nueva línea de crédito a una tasa de interés fija del 13%, destinada a las pymes que adquieran bienes de capital de origen nacional. Se trata de un tipo de financiamiento para el alquiler con opción final a compra de equipamiento, que cubrirá hasta el 80% del valor del bien (con tope de \$ 800.000) a otorgarse a plazos que van de 36 a 60 meses y que cuenta con una bonificación de la Secretaría Pyme. No incluye a empresas de transporte ni maquinaria agrícola.

Para mayor información contáctese al (54 11) 4000-1500 o bien visitar www.nacionleasing.com.ar.



Mujer Empresaria 2012



La Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD), a través de su Programa Internacional de Formación de Capacidades Emprendedoras -Empretec | UNCTAD-, anunció el lanzamiento de la 3° edición del Premio a la Mujer Empresaria. La ceremonia de premiación se realizará durante el "III World Investment Forum" (WIF III) en Doha, Qatar en Abril 2012.

La Fundación EMPRETEC Argentina presentará en el mes de mayo 3 candidatas que hayan participado del Taller de Desarrollo del Comportamiento Emprendedor y que demuestren innovación en sus emprendimientos. Las 10 finalistas de todo el mundo viajarán a la ceremonia de premiación en Qatar.

La fecha límite para la presentación del formulario completo es el 29 de abril.

Para mayor información contáctese al (54 11) 4347-6371 / 6372, vía e-mail a figlesias@empretec.org.ar o visitar www.empretec.org.ar



noticias



8 de marzo

La Nación

Por Lucio Castro

www.lanacion.com.ar

A pesar de todo, el mundo nos favorece

Los siete años que van desde 2003 hasta 2010 pueden ser descriptos como un período excepcional del comercio exterior argentino. Las exportaciones se duplicaron y alcanzaron un máximo histórico de casi US\$ 70.000 millones en 2008. La balanza comercial registró récords y contribuyó a lograr una cuenta corriente consistentemente superavitaria.

El boom exportador se apoyó en tres pilares: un tipo de cambio competitivo que redujo inicialmente los costos de los exportadores, capacidad ociosa de la oferta doméstica y, el factor principal, términos del intercambio muy por encima del promedio histórico.

Por otro lado, la causa profunda del boom exportador fueron las transformaciones productivas de los noventa: los cambios tecnológicos y organizacionales del sector agroindustrial pampeano y el aprovechamiento de "nuevos" recursos naturales como la minería y el petróleo.

Una mirada más detallada revela, sin embargo, un desempeño mucho menos excepcional en este período.

Primero, la Argentina es el país de Sudamérica que menos aumentó sus exportaciones.

Segundo, el peso en las exportaciones mundiales sigue siendo casi el mismo que en los ochenta, mientras que Brasil logró aumentar en 50% su participación. Tercero, las exportaciones están más concentradas: cinco productos explican el 80% del valor exportado.

Cuarto, el país continúa inserto en los segmentos de menor valor agregado de las cadenas globales de producción.

Esta decepcionante performance relativa se explica por la erosión de los pilares del boom exportador. La aceleración inflacionaria provocó una apreciación progresiva del tipo de cambio, con el estancamiento del crecimiento de las cantidades exportadas. Además, el agotamiento de la capacidad ociosa e incluso la caída en la producción en ciertas industrias -gas y petróleo- incentivó un fuerte aumento de las importaciones. La baja inversión en transables y el escuálido desarrollo financiero local limitan también la expansión exportadora.

Desde 2008, se sumó el recrudescimiento de las restricciones a las exportaciones; no sólo de las retenciones, sino también de medidas como cuotas, controles de precios y prohibiciones.

Además, se agregan crecientes restricciones a las importaciones, lo que aumenta la incertidumbre para la inversión y refuerza aún más, paradójicamente, los incentivos a la importación. Resultado: una progresiva reducción del superávit comercial.

Guiño mundial

Pese a todo, el mundo se sigue mostrando favorable.

Las nuevas potencias emergentes ya representan el 43,5% del Producto Interno Bruto (PIB) mundial y han sido responsables de un 70% del crecimiento de la demanda global entre 2003 y 2007.

Cepal y el Banco Mundial coinciden en que el crecimiento emergente duplicará al del mundo desarrollado en 2011 y lo continuará haciendo en los próximos cinco años. Así, casi dos tercios de la población planetaria están incrementando velozmente sus ingresos, con efectos sin precedente sobre la demanda mundial.

Una derivación inmediata, de importancia central para la Argentina, es el aumento sostenido de los precios de los productos primarios.

Según la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO, por sus siglas en inglés), hacia 2050 la población mundial alcanzaría los 9.600 millones de habitantes. Para poder satisfacer esta demanda, la producción debería aumentar un improbable 70%. Por ello, para 2015 se auguran precios entre un 15 y un 20% superiores a los actuales.

A esto se suma una oportunidad para vender más valor agregado. La mayor elasticidad del ingreso emergente sugiere un aumento en el mediano plazo de la demanda mundial de productos con mayor valor agregado. Se estima que hacia 2020 los mercados domésticos de Asia serán el doble del mercado interno estadounidense y, como consecuencia, la clase media mundial pasará de mil a tres mil millones de consumidores.

Por eso, aunque los últimos años aparezcan excepcionales a primera vista, es necesario profundizar y sincerar el análisis del desempeño de nuestro país en materia de comercio exterior para aprovechar dos oportunidades fundamentales: el crecimiento de la demanda mundial y el crecimiento de la demanda de productos con valor agregado.



20 de marzo

Clarín

Por Annabella Quiroga
www.ieco.clarin.com

Indumentaria de diseño: se expande el rubro floreciente de la industria textil

Hace cuatro años, la diseñadora textil Gretel Laurence tuvo una idea: revitalizar el uso de las pantuflas dándoles un estilo propio y transformar en un negocio lo que había empezado siendo un hobby. Así nació Floripondias, un calzado que reversiona las pantuflas de nuestras abuelas y las convierte en otra cosa, en un objeto de deseo tan distinto a las tradicionales chanquetas que no se vende en zapaterías ni en casas de lencerías, sino en tiendas de diseño. En 2007 fabricaba 200 pares por mes y hoy llega a los 24.000 pares anuales de estas pantuflas festivas y originales que se venden en 90 locales multimarcas del país.

Gretel no es la única con ideas innovadoras. De hecho, un relevamiento realizado por el Observatorio de Tendencias del INTI y la Fundación Pro Tejer da cuenta de que existen al menos 150 empresas que producen indumentaria de diseño de autor en todo el país. Este segmento emplea directamente a 3.250 personas y factura \$250 millones al año.

"El diseño de autor es sinónimo de innovador y original. Estos diseñadores se diferencian de las tendencias internacionales a través de la investigación morfológica de las prendas, las texturas y los materiales, volcando una impronta personal en sus creaciones", dice Sofía Marré, una de las autoras del relevamiento.

Laureano Mon, la pata INTI del estudio, aporta que "se trata de micro y pequeñas empresas que apuestan a hacer crecer sus negocios vendiendo sus prendas mayormente en las principales ciudades del país, como San Miguel de Tucumán, Mendoza, Rosario, Córdoba y los barrios de Palermo, San Telmo y Recoleta".

"En el 2003 había un clima muy especial para este tipo de iniciativas," cuenta Min Agostini, diseñadora de prendas femeninas.

"Arranqué armando un pequeño perchero para presentar en una feria, fenómeno muy común en aquellas épocas. Con una inversión mínima de \$3.000, abrí mi primer local-taller que hoy aun mantengo en Palermo. Con el tiempo sumé uno más en la Recoleta. La exclusividad es uno de los puntales del diseño de autor. "No produzco grandes cantidades, más bien hacemos ediciones limitadas de prendas muy cuidadas y pensadas", dice Agostini.

Una de las características de estos nuevos diseñadores es que son pocos los que cuentan con local propio de venta al público. La mayoría ofrece sus productos en tiendas multimarcas, en los que sus prendas conviven con las de otros diseñadores. Este tipo de negocios ganan espacio en San Telmo, donde la mayor parte de la ropa se vende bajo esta modalidad (ver infografía). En cambio, en Recoleta y Palermo predominan los locales individuales. Los multimarcas se manejan con tres esquemas. Una alternativa es comprarle la producción directamente al diseñador, otra es tener las prendas en consignación y pagarle al autor una vez que se vendan –descontando una comisión– y la tercera es subalquilarle al diseñador un perchero dentro del local para que pueda exhibir y vender sus prendas.

Germán Langg se formó como diseñador gráfico en la UBA. Con la marca que lleva su nombre produce ropa de hombre y mujer, apuntando a un público formal "pero con una vuelta de innovación y diseño". Sus prendas se consiguen en algunos multimarca de Palermo y San Telmo, pero, además, el diseñador cultiva otra de las variantes elegidas por estos creativos: la venta en el showroom.

"Los multimarcas generan mayor movilidad del producto y posibilitan una visualización de la marca, pero económicamente reditúa más vender directamente. En Brasil es muy común que el diseño de autor se compre puertas adentro, en el showroom o atelier del diseñador.

Pero el consumidor local aún está acostumbrado. Acá todavía genera inhibición; los clientes se sienten obligados a comprar si generan una cita. Sin embargo, el sistema funciona muy bien una vez que ya conocen el producto y saben que en el showroom siempre algo van a encontrar", cuenta Langg.

Según el diseñador, "en el público local no hay una masa importante que consuma diseño de autor". Este segmento brotó tras la crisis de 2001, pero con la prosperidad económica, el mercado volvió a propuestas más tradicionales.

"En las épocas buenas resurgen las grande marcas y el público tiende a buscar seguridad ahí. Pero sigue habiendo clientela tanto extranjera como local, ávida de comprar prendas de diseño", sostiene Langg.

La falta de visibilidad de la marca es percibida como el mayor obstáculo que enfrentan los productos de diseño, dice Langg. A esto se suma la escasez de mano de obra calificada en el sector de la confección.

El peso que va ganando el sector en la Argentina puede verse en la feria Puro Diseño. Se realizó por primera vez en 2001, con 11.000 visitantes y 83 expositores. Diez años después tuvo 300 diseñadores y más de 90.000 visitantes y 1.200 comerciantes del interior y del exterior a la pesca de nuevos autores. "Antes, el diseño sólo se utilizaba para diferenciar el producto, mientras que en la actualidad, es una necesidad básica si se quiere tener un negocio competitivo", afirma Marcela Molinari, directora de la feria. Explica que el crecimiento de la muestra, y del diseño en general, "se relaciona con la aparición de una variedad de carreras de diseño que comenzaron a dictarse en distintas instituciones y universidades". Según datos del Ministerio de Desarrollo Económico porteño, en la ciudad hay 30.000 estudiantes en las carreras vinculadas con el diseño.

La expansión de esta industria también puede verse en el Centro Metropolitano de Diseño (CMD), ubicado en lo que fue el antiguo mercado del pescado en la Barracas. En un edificio moderno y armoniosos funciona este centro de capacitación que requirió una inversión de \$60 millones. Allí se dictan desde talleres para quienes buscan un oficio hasta programas de apoyo al comercio exterior. Uno de los programas estrella es el INCUBA que les brinda a las empresas nacientes la protección de una incubadora. Hay 34 empresas instaladas allí, en el espacio que el Gobierno de la Ciudad

les cede por un año con servicios de consultoría para ayudarlos a perfilar mejor su negocio. Además de Floripondia, otra de las empresas que está allí es Totebag, que diseña bolsas reusables para reemplazar a las de cartón o plástico. "Son bolsas resistentes con mucha capacidad de carga", explica Lorena Nuñez, alma mater del proyecto junto con su prima Natalia. Empezaron vendiendo las bolsas en tiendas de diseño y en 2010 dieron el salto corporativo. Con acuerdos con compañías como Philips o Falabella, tienen previsto pasar de fabricar 10.000 en 2010 a 40.000 este año.

"Las industrias creativas son las que le dan mayor valor agregado a la ciudad. El 10% de la economía porteña tiene que ver con esto" dice Enrique Avogrado, director del CMD, y cuenta que "el centro es la avanzada de un futuro distrito de diseño -a nivel productivo, no comercial-, que queremos desarrollar en Barracas".

En el CMD también está Caracoles, una empresa familiar que desde 2006 produce trajes de baño para niños y adolescentes. "Hace dos años empezamos a tener un crecimiento vertiginoso y ya estamos en 140 locales en todo el país", cuenta Paola Carbone. Uno de los motivos por los que ingresaron programa INCUBA fue para preparar el terreno para exportar.

La mira está puesta en el Caribe y en Europa, para aprovechar la contraestacionalidad y darle así un ciclo de continuidad a la producción.

Caracoles fabrica 20.000 prendas por temporada y se apresta a lanzar dos nuevas marcas, una para preadolescentes y otra para nenes mayores de cinco años, ya que hasta ahora se perfilaba hacia las nenas.

Para Paola, el principal obstáculo al que se enfrenta su empresa es la falta de financiamiento. Recién este año cumple con los requisitos de antigüedad que el banco le exige para calificar para un préstamo.

Antes había tenido que recurrir a créditos personales para financiarse. "Tengo mucha más demanda de la que puedo abastecer y lo que me frena es la falta de financiamiento", cuenta.

"Este segmento encuentra su cuello de botella en la falta de crédito y en la necesidad de mano de obra calificada y capacitación en gestión empresarial, producción y comercialización. En este contexto, el Estado, las ONG y las empresas juegan un rol fundamental para garantizar la sustentabilidad en el tiempo, brindándoles herramientas adecuadas a sus demandas", señala Mon.



22 de marzo

La Nación
www.lanacion.com.ar

Licencias no automáticas vía intertet

El Ministerio de Industria puso en marcha la semana última el primer Sistema Integrado de Comercio Exterior (Sisco) que permitirá, en una primera etapa, la tramitación de las licencias no automáticas (LNA) de importación vía Internet.

"El objetivo final es que todos los trámites vinculados con el comercio exterior puedan hacerse" a través del sistema, se informó por medio de un comunicado.

La ministra de Industria, Débora Giorgi, explicó que "este sistema permitirá agilizar la administración de las licencias no automáticas, una herramienta que permite monitorear el comercio internacional en un marco de transparencia y comodidad para el importador".

En el caso de las licencias no automáticas de importación, el sistema informático implementado permitirá a los importadores iniciar el trámite on line. "Esta modalidad tiene la misma seguridad que la que dan los bancos con los trámites que se realizan on line, además de garantizar una mayor agilidad en todas las etapas del pedido de

la licencia", dijeron en el Ministerio de Industria.

El régimen, que entró en funcionamiento a través de la Resolución 52 publicada en el Boletín Oficial del 15 del actual, contempla un padrón único de comerciantes para todos los tipos de LNA y permite que cuando la Secretaría de Industria realice pedidos de información aclaratorios o ampliatorios, estos se notifiquen vía web. Los usuarios del Sisco tendrán disponibles manuales y videos explicativos en la página de la secretaria, una mesa de ayuda y la posibilidad de hacer consultas por vía telefónica.



legales

- La Resolución 15/2011 de la Secretaría de Industria, Comercio y de la Pequeña y Mediana Empresa publicada en el Boletín Oficial el 01 de marzo establece convocar a las entidades financieras, autorizadas por el Banco Central de la República Argentina, a participar de la licitación de cupos de crédito con tasa bonificada en el marco del programa estímulo al crecimiento.
- La Resolución 20/2011 de la Secretaría de Industria, Comercio y de la Pequeña y Mediana Empresa publicada en el Boletín Oficial el 17 de marzo establece emitir órdenes de pago en concepto de bonificación a los créditos otorgados por la utilización de cupos colocados con vencimiento en el mes de febrero de 2011.



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