

# Boletín de Noticias

Centro de Estudios para  
el Desarrollo Exportador

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

año 5| edición n°46

viernes 26 de febrero| 10

## Actividades

### Programa Ejecutivo en Dirección de Empresas Exportadoras

En su cuarto año consecutivo el Centro de Estudios para el Desarrollo Exportador (CEDEX) de la Universidad de Palermo abre la inscripción al Programa Ejecutivo en Dirección de Empresas Exportadoras (PRODIREX) que comenzará el miércoles 14 de abril. Ha sido desarrollado especialmente para comprender la dinámica del proceso de internacionalización desde la óptica de las pequeñas y medianas empresas.

El PRODIREX está dirigido a empresarios, directivos y ejecutivos de pymes y empresas familiares.

No es requisito contar con formación académica previa, pero sí lo es contar con experiencia profesional.

#### Objetivos

- Adquirir conocimientos prácticos y herramientas de comercio exterior.
- Aplicar conceptos de marketing en un contexto internacional.
- Incorporar las variables financieras, logísticas y de marketing en la articulación de una estrategia global.
- Conocer las distintas fuentes de financiación de un proyecto de exportación.
- Entender los aspectos de logística a tener en cuenta en la exportación de bienes y servicios e incorporar el uso de nuevas tecnologías para agilizar procedimientos.

#### Programa

El programa de estudios está compuesto por 4 módulos: operatoria del comercio exterior; finanzas internacionales, estrategia y marketing internacional, y logística internacional.

Invitamos a los interesados a la charla informativa el jueves 18 de marzo a las 18.30hs en la cual se brindarán mayores detalles sobre los objetivos, metodología y se podrán realizar consultas a los profesores a cargo.

Para mayor información e inscripción comunicarse telefónicamente al (54 11) 5199 4500 int. 2341 o por e-mail a [cedex@palermo.edu](mailto:cedex@palermo.edu)



## Seminario: Destino Perú

El próximo jueves 18 de marzo el CEDEX de la Universidad de Palermo junto a CAMBIARPE – la Cámara de Comercio Argentino Peruana – y AMCHAM – la Cámara de Comercio de los Estados Unidos en la República Argentina – conjuntamente con la Embajada del Perú en Argentina, la Fundación Export.AR y el Restaurante Gourmet Mochica, invitan al Seminario "Destino: Perú".

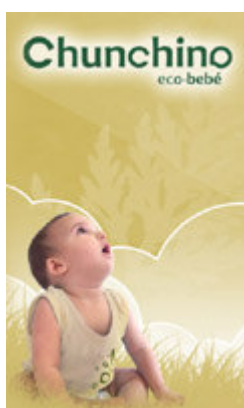
En el mismo se analizará información relevante acerca de cómo hacer negocios en Perú, oportunidades de comercio y de inversiones.

El Seminario forma parte de la preparación para la Misión Comercial Multisectorial a Lima, del 21 al 23 de abril de 2010, organizada por AMCHAM Argentina, AMCHAM Perú y CAMBIARPE y pretende acercar a empresarios argentinos con oferta exportable de productos y servicios.

Esta actividad es arancelada y requiere inscripción previa. Para mayor información e inscripciones comunicarse telefónicamente al (54 11) 5199 4500 int. 2341 o por e-mail a [cedex@palermo.edu](mailto:cedex@palermo.edu)



## Comunidad CEDEX



Este espacio está dedicado a los empresarios y emprendedores que forman parte de la comunidad CEDEX por haber compartido nuestro espacio de interacción entre el mundo de los negocios y el académico a través de los seminarios, ciclos y actividades de capacitación que brindamos regularmente.

Presentamos a Chunchino eco-bebé, un proyecto de ecodiseño de indumentaria para bebés que además de proteger la piel del recién nacido de químicos peligrosos, cuida el medio ambiente y la dignidad de las personas. En Chunchino se trabaja por lograr un ciclo de producción 100% sustentable contemplando el impacto social y ambiental de: materias primas, confección, packaging y comunicación del producto. A través de la venta online por mayor y menor se ofrecen kits empresariales para sumar valor las acciones de Responsabilidad Social Empresarial.

Participaron del seminario "Descubriendo Chile" como panelistas y ejemplo de una exitosa PYME que exporta hacia al mercado chileno. Según el testimonio de sus socias, Ileana Lacabanne y Mercedes Morera "allí pudimos compartir con todos los presentes nuestra experiencia exportadora y además seguir aprendiendo y comprendiendo sobre las cuestiones referentes al comercio con el país trasandino. Fue una experiencia maravillosa y enriquecedora que además permitió un ambiente en el cual nos sentimos muy cómodas y conformes".



## Información para PYMES



### WINE & GOURMET JAPAN 2010

Del 7 al 9 de abril de 2010 se llevará a cabo en la ciudad de Tokio, Japón, "Wine & Gourmet Japan 2010". Es la primera exposición dedicada al área de vinos y las bebidas alcohólicas, comidas gourmet, confitería, alimentos y la restauración de alimentos y suministros de equipos para el mercado japonés.

**Para mayor información** contactarse al (81 03) 5530111, vía email a [info@koelnmesse.com.sg](mailto:info@koelnmesse.com.sg) o bien visitar [www.koelnmesse.com.sg/wineandgourmetjapan](http://www.koelnmesse.com.sg/wineandgourmetjapan)



### BAUMA 2010

Del 19 al 25 de abril de 2010 se llevará a cabo en la ciudad de Munich, Alemania, "Bauma 2010". La feria es una de las mayores en el área de maquinaria de construcción, materiales de construcción, máquinas de minería, vehículos de construcción y construcción.

**Para mayor información** contactar a Messe München GmbH Messegelände al (49)089 94920720, vía email a [newsline@messe-muenchen.de](mailto:newsline@messe-muenchen.de) o bien visitar [www.bauma.de](http://www.bauma.de)



### EXPOCOMEX 2010

Del 4 al 6 de mayo se desarrollará la "Expocomex 2010, 7ma exposición internacional de productos y servicios para el comercio exterior y la logística internacional" en el predio ferial de La Rural.

La misma pretende dar respuestas a las necesidades inherentes al comercio exterior, siendo un ámbito ideal para presentar servicios y productos a la vasta comunidad que exporta e importa el la región.

**Para mayor información** contactar a Expotrade al (54 11) 4779 5300, vía email a [expocomex@expotrade.com.ar](mailto:expocomex@expotrade.com.ar) o visitar [www.expo-comex.com.ar](http://www.expo-comex.com.ar)



## Noticias



03 de febrero de 2010

**La Nación**  
**Por Norberto**  
**Malatesta**

[www.lanacion.com.ar](http://www.lanacion.com.ar)

### Las franquicias ya son un 2% del PBI

Desde hace algunos años, son varias las empresas, nacionales e internacionales, que han apostado al sistema de franquicias como una alternativa para crecer en el negocio y desarrollar la marca.

De acuerdo con una investigación hecha por la Asociación Argentina de Franquicias (AAF), que este año celebra sus 20 años, entre 2007 y 2009 las empresas del sector mantuvieron un ritmo de crecimiento de apertura de locales franquiciados a tasas superiores al 11% anual.

Lucas Secades, director ejecutivo de la AAF, afirma que esa tendencia se mantendrá en 2010, lo que la coloca muy por encima del ritmo de apertura de locales propios de las empresas que oscila entre 2% y 3 por ciento.

“Desde que descubrimos el franchising somos fervientes defensores del sistema, porque creemos que es una herramienta fantástica para desarrollarse y crecer en un país como la Argentina donde el crédito para las pymes es muy esquivo”, señala Gabo Nazar, presidente de Cardón, empresa de línea de ropa de cuero y de indumentaria textil.

Hace unos días Nazar confirmó a La Nación que acababa de firmar la toma de posesión efectiva de otra tradicional compañía que ha crecido bajo el paraguas del sistema de franquicias: El Noble Repulgue.

En tal sentido, Nazar comenta que “este nuevo negocio del grupo no va a ser un emprendimiento Cardón, se mantendrá separado y conservará su nombre, aunque con un cambio: ya no llevará la palabra repulgue. Se llamará El Noble. La idea es desarrollar este negocio no sólo en el nivel local sino también en el exterior, con lo cual ya han mantenido reuniones con empresarios interesados en llevar El Noble a Brasil, Francia, España, Colombia e incluso China.

Cuando se analiza el sistema de franquicias en su conjunto, claramente se observa que ocupa un lugar relevante en la economía del país. Basta tener en cuenta estos números: hay 466 marcas franquiciantes y más de 21.000 puntos de venta de marcas franquiciadas que en su conjunto emplean 165.000 personas. La facturación total del sector creció el año pasado un 5%, con lo cual se puede afirmar que la actividad representa ya el 2% del Producto Bruto Interno (PBI).

“Nuestra marca es una de las más requeridas del mercado, con 80 pedidos de franquicias por semana”, opina Alan Aurich, gerente general de Havanna.

La histórica marca de alfajores tiene 176 locales, de los cuales 116 son franquicias, y el resto, propios. La estrategia de la compañía es ampliar el negocio adicionando nuevos productos y abrir 10 o 12 locales por año. Siempre respetando la tendencia de que un tercio de los nuevos locales deben ser propios, y los dos tercios restantes, franquicias.

En el momento de hablar de números, Aurich dice que para contar con una franquicia de Havanna hay que pensar en alrededor de 120.000 dólares para un local de entre 80 y 100 metros cuadrados. Si bien prefiere no dejar trascender la facturación global de la compañía, a modo de ejemplo explica que, en la Capital Federal, la venta promedio de un local de Havanna, dependiendo de la ubicación, ronda los 130.000 pesos por mes.

Cuando se habla de los rubros que se pueden franquiciar, la lista suele ser más grande de lo que uno piensa. Secades señala que, “si bien los negocios gastronómicos, de indumentaria y marroquinería son los que mayor crecimiento tuvieron, cada vez se incorporan nuevos rubros. En la actualidad encontramos franquicias en servicios de salud, educación, intermediación inmobiliaria, editoriales, así como para la venta minorista de bijouterie, pinturas y mobiliarios de oficina”.

En materia de inmobiliarias, desde hace cinco años opera en la Argentina Remax, una cadena del rubro que se maneja exclusivamente bajo el sistema de franquicias.

Sebastián Sosa, director general de la compañía, una empresa de origen norteamericano con más del 20% de participación en ese mercado, señala que “el grupo ha desarrollado un novedoso modelo de negocio que difiere del tradicional, donde el vendedor recibe altas comisiones, tiene mayor participación en la toma de decisiones, en la cartera de clientes y en la responsabilidad de la oficinas”.

En el mundo, la cadena tiene 7000 locales operando en 80 países, mientras que en la Argentina ya cuenta con 31 oficinas, todas franquiciadas, en las que trabajan 400 vendedores. "Formamos parte de un negocio que está muy atomizado ¿agrega el presidente de Remax?. Basta decir que en el país hay alrededor de 25.000 inmobiliarias y ninguna de ellas llega a tener el 5 por ciento del mercado. Podemos decir que el mercado está en licitación, a la espera de que alguien pueda brindarles a los profesionales del sector una plataforma profesional para crecer y desarrollarse, y ése es nuestro objetivo."

Quienes quieran sumarse a este nuevo concepto deberán saber que, para abrir una oficina Remax, llave en mano, necesitará una inversión del orden de los 90.000 dólares.

El negocio de franquicias es amplio y todavía tiene mucho por crecer en el país. De modo que no son pocas las marcas que se encuentran tentadas de formar parte del sistema. Una de ellas es Christian Lacroix, que desde 2001 comercializa en el país indumentaria masculina y femenina de la marca francesa.

Actualmente, la firma tiene nueve locales en el país y, según su presidente, Mario Siganevich, están analizando firmemente ingresar al sistema de franquicias por las ventajas que ofrece. "Con el franchising tenemos una posibilidad real de ampliar el negocio en el mercado nacional, sobre todo en el interior del país", afirma.

Cuando se habla con los empresarios del sector, ya sea los que desde hace años operan con franquicias o los que recién ingresan, todos comparten un pensamiento común: una franquicia exitosa parte de una empresa exitosa.

La franquicia no debe ser considerada como una forma de crear un negocio, sino como una manera de reproducir uno ya existente. Si no es así no funciona.



04 de febrero de 2010

**El Cronista**  
**Por Nuria Rebón**  
[www.cronista.com](http://www.cronista.com)

## **Cayeron por primera vez en siete años las exportaciones de vinos**

La cosecha menor y el consecuente aumento de los precios, sumados a la crisis financiera hicieron caer en 2009, por primera vez en siete años, las exportaciones vitivinícolas en dinero. Entre enero y diciembre, las ventas totales al exterior disminuyeron 10,4% en dinero, a u\$s 770,28 millones, y 34,1% en volumen, a 372,3 millones de litros frente a 2008, empujadas por el derrumbe de las ventas de los commodities del sector: el vino a granel, con una baja de 66,3% en litros y 57,6% en divisas, y el mosto, con caídas de 44,1% y 39,5%, respectivamente, según datos de la consultora Caucasia Wine Thinking.

En cambio, el vino en botella –con mayor valor agregado– continuó en alza, marcando un nuevo récord pese a la crisis financiera, al subir 10,3% en dinero (u\$s 553 millones) y 8,1% en volumen (117,1 millones de litros). Como dato alentador, la venta a los dos primeros destinos, Estados Unidos y Canadá, creció fuerte, un 29,5% y un 37,1% en dinero, en ese orden. Ese alza en botella explica la menor caída total en valor que en volumen, ya que mientras en botella promedió los u\$s 3,12 por litro, el granel se vendió a u\$s 0,53 y el mosto, a u\$s 1,67.

"La cosecha de 2009 fue menor en un 25% a 30% por condiciones climáticas, lo que generó una mayor demanda de uvas y vinos e impulsó los precios a granel y del mosto, los commodities. Así perdimos competitividad frente a otros países, como Chile, Sudáfrica

y Australia”, explicó Juan Carlos Pina, gerente de Bodegas de la Argentina. “En cambio, debemos ser uno de los pocos países que, pese a la crisis, crecimos en vino en botella, por la buena relación precio/calidad que tenemos”, destacó.

De 2003 a 2008, la Argentina creció a un ritmo de 20% en volumen y 30% en valor cada año, marcando récord tras récord. Pero pese a este bajón, las expectativas no son malas para este año, aunque aún resta saber cuál será el resultado de la cosecha. “La última previsión es que será un 22% mayor a 2009, pero aún menor a la de 2008. Sin embargo, recientemente hubo granizo y todavía faltan unos días para saber cómo será. Pese a todo, estimamos que el stock de tinto quedará en cero en junio de 2011, la situación es complicada y el precio seguirá sostenido”, comentó a El Cronista Guillermo García, presidente del Instituto Nacional de Vitivinicultura (INV). La escasez de vino básico tinto y su alto precio (hoy cotiza a \$ 2,2 el litro frente a \$ 1 de un año atrás) llevó a dos grandes bodegas de vino de mesa a comprar vino en Chile. “Ya se importaron 14 millones de litros, estimamos que llegará a 20 ó 30 millones”, precisó García.

Para este año, el sector espera crecer en el exterior no menos de 10% en vino en botella y al menos igualar las ventas de 2009 de mosto y vino a granel, es decir, mucho menos que en 2007 y 2008.

En cuanto a consumo interno, la caída de 2009 fue de 3,3%, “por una mayor retracción en el primer semestre por la crisis. Luego se vio una recuperación. Por eso esperamos que este año sea igual o mejor que 2009”, destacó García, del INV.



17 de febrero de 2010

**La Nación**

Por Mercedes García

Bartelt

[www.lanacion.com.ar](http://www.lanacion.com.ar)

## La Argentina cayó ocho escalones en el ranking de países emprendedores

La Argentina quedó fuera del top ten de países emprendedores el año pasado y, por primera vez desde la salida de la crisis de 2001, cayó la tasa de creación de empresas por oportunidad, un fenómeno “preocupante” para los analistas, que advierten el escenario negativo que ofrece el país para los nuevos negocios.

Según el Global Entrepreneurship Monitor, que releva la actividad emprendedora en 55 países y en la Argentina es elaborado por el Centro de Entrepreneurship del IAE, la tasa de actividad emprendedora (TEA) cayó del 16,5% al 14,7% el año pasado y la Argentina pasó del 7° al 15° puesto del ranking de países emprendedores. De acuerdo con la referida tasa, más de uno de cada ocho argentinos estaría vinculado con nuevos proyectos.

En la edición 2009, el listado fue liderado por Uganda (33,6%), Guatemala (26,8%) y Yemen (24%), tres países en vías de desarrollo que “naturalmente” tienen una TEA elevada porque las personas se ven obligadas a emprender en un escenario de creciente desempleo. En los últimos puestos figuraron Japón, Bélgica y Hong Kong, con tasas del 3,2%, 3,5% y 3,6%, respectivamente.

Silvia Torres Carbonell, directora del centro del IAE, señala que “una parte de la caída en el ranking se explica por la incorporación de naciones en desarrollo a la muestra. Pero es cierto que la TEA cayó y lo más preocupante es que se redujo el número de emprendedores por oportunidad, que son aquellos que detectan una oportunidad de mercado, los innovadores, los originales y los que pueden lograr empresas de alto impacto y potencial”.

De acuerdo con las cifras recopiladas por Torres Carbonell, la participación de los proyectos por oportunidad en la TEA cayó de casi el 54% al 37% entre 2008 y 2009.



Al mismo tiempo, creció la tasa de emprendimientos por necesidad: subió del 38% al 47% en el mismo período.

“Bajó la percepción de oportunidades y, si miramos el fenómeno por género, también queda en evidencia –advirtió la directora-. Normalmente, los hombres tenían un 70 por ciento de emprendimientos por necesidad, y las mujeres, un 50 por ciento. Hoy, la TEA por oportunidad de hombres cayó al 52 por ciento y la de las mujeres se mantuvo estable.”

“También cayó el financiamiento para estos emprendedores. Esto no quiere decir que hayan desaparecido, pero lo cierto es que son pocos y en la Argentina no se da un ambiente amigable para los negocios”, añadió. Al respecto, el Global Entrepreneurship Monitor analiza los puntos en los que mejoraron y empeoraron los países como nidos para nuevos proyectos. La Argentina tuvo pobres resultados en financiamiento, políticas nacionales de gobierno y en educación primaria. Obtuvo, en cambio, buenos resultados en infraestructura comercial e infraestructura física.

La tasa de discontinuidad de los negocios, por otro lado, se ubicó en el 6,2% por encima del promedio de economías similares a la del país.

Hugo Kantis, coordinador del Programa de Desarrollo Emprendedor de la Universidad Nacional de General Sarmiento, explicó que “las etapas de retracción económica suelen estar asociadas a una disminución en la cantidad de emprendedores que lo hacen por una verdadera vocación y que se basan en oportunidades de negocio con alto potencial de crecimiento”.

“Si la crisis persiste, comienza a verse un incremento de personas que, cansadas de buscar trabajo sin éxito, salen del mercado y buscan generar su propia fuente de ingresos, pero por lo general no suelen crear empresas de calidad. Otro tanto suele ocurrir con los inversores, en particular si tenemos en cuenta que, en los países de la región, el desarrollo del capital de riesgo es todavía muy embrionario”, añadió.

Para 2010, Kantis proyecta una mejora en la TEA, aunque no imagina una “recuperación como la que continuó a la crisis de 2002, ya que tampoco la caída de la economía fue tan pronunciada en esta ocasión ni los cierres de empresas”.

Por primera vez, el GEM midió el año pasado la TEA de emprendimientos sociales y en ese ranking la Argentina ocupó el 2º lugar, con una tasa del 4,1%. Torres Carbonell destacó el desarrollo del “emprendedorismo” social de la Argentina, sólo superada por Emiratos Arabes: “Esto es muy notorio y tiene que ver con la cantidad de emprendedores sociales que nacieron con la crisis de 2001. Creo que el país mantiene una paz social por la acción de esos emprendedores”, concluyó.



## Las pymes esperan crecer pero sin contratar personal

Las perspectivas económicas para 2010 se presentan muy auspiciosas para las empresas respecto de lo que fue el año pasado, cuando golpeó fuertemente la crisis. Pero las pymes prefieren mantener la cautela y proyectar un nivel de crecimiento moderado.

19 de febrero de 2010

**El Cronista**  
**Por Natalia Donato**

De acuerdo con una encuesta especial realizada por la Fundación Observatorio Pyme, el 48% de los empresarios no espera cambios en las ventas, el 36% cree que se incrementarán y el 16% restante considera que disminuirán. Con respecto al empleo, los pequeños y

medianos industriales tampoco son del todo alentadores, ya que el 74% de los consultados respondió que no espera despedir ni tomar nuevos trabajadores. Pese a la moderación, se percibió en la encuesta un mayor grado de optimismo y ello se relaciona con la recuperación de la demanda que comenzó a registrarse a partir del segundo semestre de 2009, y con mayor fuerza este año.

En materia de rentabilidad, el 33% de las pymes espera aumentar sus márgenes durante este año, y aunque no es la mayoría, un año antes sólo el 10% era optimista al respecto.

Según el estudio, las pymes más optimistas son las que están localizadas en la región de Cuyo, mientras que las más pesimistas se ubican en el NOA. Este malestar del noroeste respecto de lo que será el 2010 "contrasta con el excelente desempeño que tuvieron durante 2009". Las firmas que tienen una expectativa más favorable para este año son las del sector sustancias y productos químicos y autos y autopartes; casi la mitad espera incrementar sus ventas y una de cada cinco, aumentar el empleo. Los sectores menos alentadores pertenecen a rubros como el textil, prendas de vestir, cuero y calzado, curiosamente, los que están favorecidos por los controles a la importación.

El informe también indica que después de haber caído durante 2008, el Índice de Confianza Empresaria Pyme (ICEPyME) fue creciendo durante 2009. Este cambio de tendencia se explica por el subíndice "expectativas futuras", que se mantuvo siempre por encima del de "condiciones actuales".

Además de mencionar las expectativas para este año, el informe del Observatorio Pyme hizo un balance de lo que fue 2009 para las pymes. En este sentido, precisó que ese año las ventas en cantidades cayeron 10,6% y que sólo el 35% de las empresas atravesó una fase de crecimiento. En tanto, el nivel de ocupación de las pymes manufactureras disminuyó 7,6%.

Durante el año pasado, una de cada cinco empresas perdió participación en el mercado interno debido a las importaciones, y los sectores más afectados fueron los productores textiles, indumentaria, cuero y calzado, la industria electrónica y las autopartes. En el otro extremo, sólo el 5% de las firmas del rubro alimentos y bebidas perdió share.

Por otra parte, las principales preocupaciones de los empresarios en 2009 tuvieron que ver con el incremento de costos, la caída de rentabilidad y la alta participación de los impuestos en el costo final del producto.



## Legales

- El Decreto 188/2010 de la Presidencia de la Nación, publicado en el Boletín Oficial el 4 de febrero establece la prórroga en la vigencia del Régimen de Incentivos a las empresas productoras de bienes de capital. El mismo extiende hasta el 30 de junio del presente año lo establecido en el Decreto N° 379/01 con sus respectivos complementarios y modificatorios.
- La Resolución 12/2010 de la Secretaría de Industria, Comercio y de la Pequeña y Mediana Empresa publicada en el Boletín Oficial el 11 de febrero establecen dos solicitudes de modificación para la Nomenclatura Común del MERCOSUR (NCM).
- El Decreto 188/2010 de la Presidencia de la Nación, publicado en el Boletín Oficial el 4 de febrero establece la prórroga en la vigencia del Régimen de Incentivos a las empresas productoras de bienes de capital. El mismo extiende hasta el 30 de junio del presente año lo establecido en el Decreto N° 379/01 con sus respectivos complementarios y modificatorios.





**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS**  
**CEDEX – Centro de Estudios para el Desarrollo Exportador**  
**Av. Santa Fe, esq. Larrea 1079 • C1117ABE • Capital Federal • Tel: (5411) 5199 4500 int. 2341**  
**cedex@palermo.edu • www.palermo.edu**

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: [fce@palermo.edu](mailto:fce@palermo.edu)