



2

## En este número:

### **Informe Empresas:**

Bodegas y Viñedos Filippo Figari:  
Empezando a Exportar.

### **Informe Productos:**

Análisis de tendencia del mercado  
internacional de productos cerámicos

Tendencias del mercado internacional  
de muebles de madera

### **Informe Mercados:**

Análisis de factibilidad para  
el incremento de las exportaciones argentinas a México.

### **Informe Comercio Exterior:**

Reíntegros a la exportación. Admisión temporaria.  
Regimen Draw-Back.

## Fundación Export•Ar

### **Director Ejecutivo:**

Dr. Marcelo Elizondo

### **Equipo Técnico:**

Lic. Sergio Rey

Lic. Pablo Sismanian

Lic. Javier González Ojeda

Sr. Rubén Pérez

### **Diseño:**

D.G. Omar Baldo

### **Dirección:**

Paraguay 864

(C1057AAL)

Ciudad de Buenos Aires, Argentina

Telefax: (54 11) 4315 4841

web: [www.exportar.org.ar](http://www.exportar.org.ar)

*Este informe también se puede obtener  
de la página web de la Fundación  
Export•Ar*

***Se autoriza la reproducción total o  
parcial de los artículos citando  
como fuente Fundación Export•Ar.***

## Informe Export•Ar / 2

### **Informe Empresas:**

Bodegas y Viñedos Filippo Figari:

Empezando a Exportar.

**(pág. 4)**

### **Informe Productos:**

Análisis de tendencia del mercado  
internacional de productos cerámicos

**(pág. 6)**

Tendencias del mercado internacional  
de muebles de madera

**(pág. 18).**

### **Informe Mercados:**

Análisis de factibilidad para  
el incremento de las exportaciones  
argentinas a México.

**(pág. 27)**

### **Informe Comercio Exterior:**

Reintegros a la exportación.

Admisión temporaria.

Régimen Draw-Back.

**(pág. 36).**



# Introducción

El acceso a información estratégica es una de las herramientas que permite maximizar los esfuerzos que realizan las pequeñas y medianas empresas en su proceso de internacionalización, reduciendo los riesgos que implica afrontar nuevos mercados, generalmente distintos al ámbito natural en el que operan estas empresas, tanto en aspectos culturales, políticos, económicos y comerciales.

Informe Export•Ar, es una nueva herramienta que ponemos al servicio de las empresas argentinas, en el marco de las diversas acciones que desarrollamos en nuestro objetivo de promover las exportaciones argentinas.

Informe Export•Ar tiene como fin brindar, en forma mensual, un reporte a través del cual los empresarios puedan acceder a información relevante para su actividad exportadora. Los temas que se desarrollan en el mismo son, entre otros, normativas y procedimientos relacionados a la operatoria de exportación, oportunidades de negocios, experiencias exitosas y noticias del mercado internacional.

En cada número, los empresarios encuentran las siguientes secciones:

## **Informe Empresas:**

Se presentan casos de empresas o grupos de empresas, que hayan desarrollado una exitosa estrategia de exportación, cuya experiencia pueda contribuir al desarrollo de negocios para otras empresas, con o sin experiencia en el comercio exterior.

## **Informe Productos:**

Se desarrolla un análisis de las principales tendencias del comercio internacional y oportunidades de mercado, para productos de la oferta exportable Argentina. La selección de estos productos se realiza en función de las perspectivas que los mismos presentan en su acceso al mercado internacional, la demanda de información por parte de los empresarios argentinos y las definiciones de estrategia comercial del Ministerio de Relaciones Exteriores, Comercio Internacional y Culto.

## **Informe Mercados:**

Con el fin de incrementar las exportaciones argentinas, Fundación Export•Ar analizará un mercado, con el objeto de identificar sectores para los cuales se presentan, en cada caso, oportunidades para consolidar o generar nuevos negocios de exportación. Estos informes se complementarán posteriormente en un trabajo con los actores que integran esos sectores (empresas, cámaras y demás organismos intermedios) a fin de definir acciones concretas que permiten aprovechar esas oportunidades.

## **Informe Comercio Exterior**

Se desarrollan artículos vinculados a normativas y procedimientos vinculados con la operatoria de exportación.

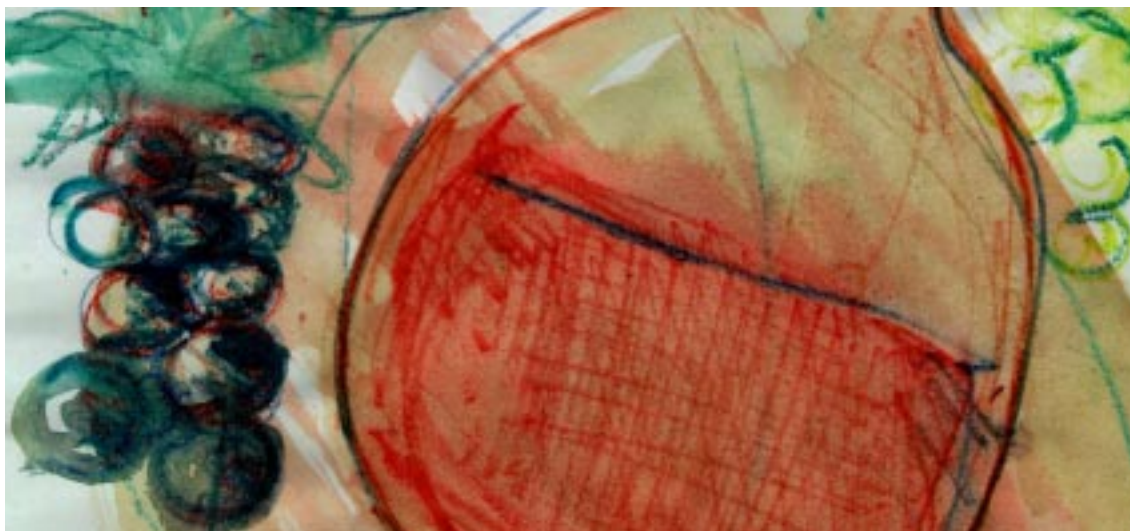
# Bodegas y Viñedos Filippo Figari: Empezando a Exportar.



El acceso a los mercados externos no es una tarea que pueda realizarse de la noche a la mañana. La exportación es el resultado de un proceso de formación, investigación, planificación e inversión. En este marco el acceso a información se convierte en una herramienta estratégica para definir cual es el mercado objetivo para el producto a ser exportado, qué requisitos debe cumplir el producto en dicho mercado, quienes son los potenciales compradores y como acceder a los mismos.

Convencidos de que este era el camino a recorrer, los directivos de Bodegas y Viñedos Filippo Figari, un nuevo emprendimiento ubicado en Pedriel-Luján de Cuyo, Provincia de Mendoza, se propusieron investigar cuales eran los mercados que presentaban las mejores oportunidades para sus vinos, conocer los requerimientos de ingreso e identificar los potenciales compradores para iniciar acciones de promoción en dichos mercados. El objetivo de Bodegas y Viñedos Filippo Figari es principalmente el mercado internacional estimándose que aproximadamente el 80 % de su producción se dirigirá hacia ese destino.





Para ello, Bodegas y Viñedos Filippo Figari junto con la Fundación Export.Ar, seleccionaron, dentro de los distintos servicios que presta esta Fundación, aquellos que permitieron a la empresa realizar la identificación de mercados y potenciales clientes. En primer lugar, y a partir de la información provista en los Perfiles de Mercado, la empresa pudo conocer el nivel y evolución de la demanda de vinos en diversos mercados tales como Estados Unidos, Francia, Italia, países de América Latina y Asia, conocer los distintos requisitos que cada uno de estos mercados exigen, los derechos de importación y demás características.

De acuerdo al Lic. Roberto Losada –vice presidente ejecutivo de la empresa- : “El acceso a esta información resultó clave , acelerando los tiempos de la empresa y el proceso de toma de decisiones”

Luego de analizar esta información y seleccionados los mercados en los cuales realizarían sus primeros pasos, Bodegas y Viñedos Filippo Figari estableció contactos con potenciales compradores en el exterior a través del envío de cartas de presentación y catálogos de sus vinos, presentación que fue seguida por el envío de muestras de sus productos a los potenciales compradores que mostraron interés en seguir avanzando en las negociaciones.

Como resultado la Bodega obtuvo contratos de exportación hacia los Estados Unidos -donde ya cuentan con un distribuidor-, han iniciado negociaciones con mercados poco tradicionales como los países del Asia y ya están preparándose para realizar un viaje de negocios, con la asistencia de la Fundación Export•Ar y las representaciones argentinas en el exterior, para la identificación de potenciales compradores y la confección de agendas de entrevistas en dichos mercados.

**Realizado: Lic. Sergio Rey**

# Análisis de tendencia del mercado internacional de productos cerámicos

Argentina se encuentra entre los principales 20 exportadores de productos cerámicos del mundo, con exportaciones anuales por más de 30 millones de dólares y una destacada participación en el comercio internacional. Nuestros mercados muestran un importante nivel de diversificación, encontrándose entre nuestros principales compradores Estados Unidos, Chile, Uruguay, Sudáfrica y Puerto Rico, entre otros.

## 1. Introducción

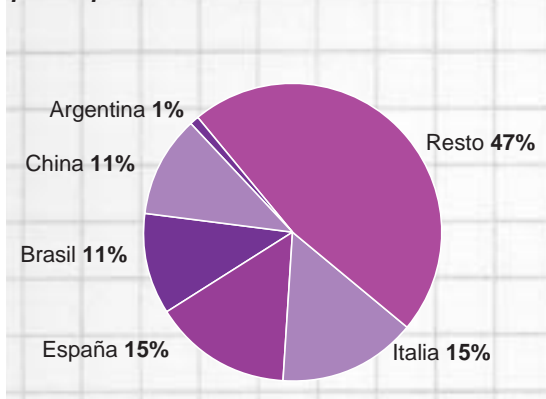
El presente informe tiene como objetivo realizar una reseña del mercado internacional para productos cerámicos (baldosas, placas, ladrillos y tejas cerámicos) analizando la estructura y evolución reciente de la producción y comercialización a nivel mundial y destacando la situación de Argentina en este mercado.

Los productos incorporados dentro de la categoría de baldosas cerámicas corresponden a las posiciones arancelarias comprendidas a las siguientes subpartidas 6901, 6902, 6903, 6904, 6905, 6907, 6908 del Sistema Armonizado.

## 2. Análisis de la Producción Mundial de Productos Cerámicos

Durante el año 2000 la producción mundial de productos cerámicos creció un 7,8% hasta superar los 4.000 millones de m<sup>2</sup>, siendo éste el mayor volumen de producción de los últimos 5 años (*Ver Cuadro anexo N° 1*). Los cuatro primeros productores (Italia, España, Brasil y China) concentran más de la mitad de la producción mundial (52,4%), los 10 primeros el 69,4% y los 20 principales el 84%, siendo poco significativa la participación de los restantes países.

**Gráfico N° 1:**  
**Producción mundial de productos cerámicos:**  
**Participación porcentual de los principales países productores**



Fuente: Elaboración Fundación ExportAr en base a información de la Asociación española de fabricantes de azulejos y pavimentos cerámicos

Realizando un análisis desagregado de la producción mundial se puede observar una significativa concentración de la misma en países europeos (38% de los principales 20 países) y asiáticos (23% de los principales 20 países), seguido en menor medida por América (Brasil 11%, EE.UU. 1,9% y Argentina 1,3% - según est. 2000).

Italia, es el principal productor de baldosas cerámicas alcanzando una participación en la producción mundial del 15,3%. La misma, aunque significativa, muestra una leve disminución pasando del 19,1% de la cuota mundial de producción en 1995 al 15,3% en el año

2000. No obstante lo cual el volumen producido ha seguido una tendencia creciente.

En el 2000 Italia contó 253 empresas productoras de baldosas cerámicas.

Actualmente el sector se encuentra inmerso en un proceso de concentración disminuyendo el número de sociedades debido a fusiones, compras y acuerdos. Asimismo, el sector empleó en el año 2000 a 31.368 trabajadores.

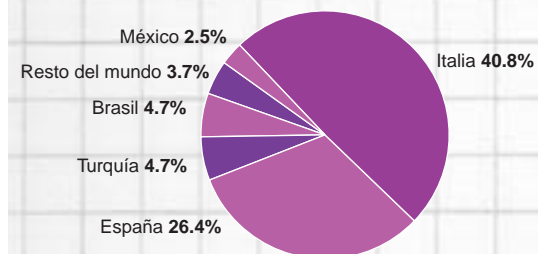
España es el segundo productor mundial de baldosas cerámicas concentrando el 15,1% del volumen producido. En total, en el 2000 la industria contó con 255 empresas, entre fabricantes, pequeños talleres y empresas. Durante el 2000 el sector dió empleo directo a 25.000 trabajadores. Únicamente 20 empresas (8% del total) superaban los 250 empleados. El 46,3% de las empresas empleaban al menos 50 personas y sólo siete rebasaban la cifra de 500 trabajadores. El mayor estrato es el formado por las empresas con una plantilla media de 25 a 50 empleados.

En lo que respecta a la producción nacional, desde 1998 la misma viene superando los 50 millones de metros cuadrados registrando el año 2000 una producción de 54,8 millones de metros cuadrados. En la actualidad, Argentina se ubica en el puesto número 18 en cuanto a los principales países productores mundiales de productos cerámicos ocupando el segundo puesto en América del Sur y el cuarto en toda América (después de Brasil, México y Estados Unidos). Asimismo, es importante destacar que Argentina registró durante el año 2000 una participación del 1,3% en la producción mundial.

### 3. Análisis del Comercio Mundial

De acuerdo a las últimas estadísticas disponibles, los principales países exportadores en volumen son Italia con una participación mundial del 40,8% (según est. 1999), España (26,4%), Turquía (4,7%), Brasil (4,7%) y México con una participación 2,5%. Italia y España concentran el 67,2% de la exportación mundial (*Ver Cuadro anexo N° 2*).

**Gráfico N°2**  
**Principales Exportadores en volumen de productos cerámicos**



Fuente: Elaboración Fundación ExportAr en base a información de la Asociación española de fabricantes de azulejos y pavimentos cerámicos

Con respecto a Italia se observa una leve disminución en la participación en el comercio mundial (del 45,7% en 1994 al 40,8% en 1999) a pesar que sus exportaciones crecieron significativamente (de 324 millones de m<sup>2</sup> en 1994 a 416 millones en 1999).

### Cuadro N°3

#### Exportaciones Italianas de productos Cerámicos

(en millones de dólares)

País de destino	1998	1999	2000	2001	Participación según año 2001
Alemania	830	751	627	543	16,6%
Estados Unidos	445	522	609	588	18%
Francia	480	477	456	464	14,1%
Reino Unido	91	89	88	104	3,1%
Austria	131	119	106	101	3%
Grecia	114	101	94	97	2,9%
Suiza	87	88	82	89	2,7%
Holanda	86	83	76	78	2,3%
Polonia	100	97	90	78	2,3%
Australia	88	82	78	54	1,6%
Resto del Mundo	1.115	1.002	1.004	1.239	33,4%
<b>Total</b>	<b>3.567</b>	<b>3.411</b>	<b>3.310</b>	<b>3.268</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración Fundación ExportAr en base a Tradstatweb

En lo que respecta a España su participación en las exportaciones mundiales creció levemente del 22,3% en 1994 al 26,4% en 1999, aunque manteniéndose muy por debajo de los volúmenes exportados por Italia. España exportó durante el año 2000 a 177 países.

### Cuadro N° 4

#### Exportaciones Españolas de Productos Cerámicos

(en millones de dólares)

País de destino	1998	1999	2000	2001	Participación según año 2001
Estados Unidos	175	198	214	206	10,8%
Francia	142	158	159	169	8,9%
Reino Unido	129	138	135	143	7,5%
Portugal	137	153	148	136	7,1%
Arabia Saudita	61	67	82	112	6%
Alemania	121	111	98	88	4,6%
Italia	56	59	59	61	3,2%
Israel	55	64	54	54	2,8%
Grecia	48	48	48	49	2,5%
México	31	33	38	45	2,3%
Polonia	72	63	55	42	2,2%
Resto del Mundo	734	792	740	789	42,1%
<b>Total</b>	<b>1.761</b>	<b>1.784</b>	<b>1.830</b>	<b>1.894</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración Fundación ExportAr en base a Tradstatweb

En relación a los principales países importadores por volumen, se puede observar que los tres principales países compradores (Alemania, Estados Unidos y Francia) concentran el 38% de las compras internacionales, los 10 primeros el 57,1% y los primeros 20 concentran el 72,3% de las importaciones totales. En el caso particular de los países



importadores, a diferencia de lo analizado con las exportaciones y la producción mundial, es posible distinguir una mayor participación del resto de los países no enumerados entre los principales 20, ascendiendo la participación de estos al 27,5% de la cuota mundial. A pesar de lo anteriormente señalado, la mayor cantidad de volumen importado se concentra en los países europeos, más del 40%, seguidos por América (Estados Unidos y Canadá) concentrando una participación en la cuota importada del 16,3%. (Ver Cuadro Anexo N°5).

Del análisis desagregado de los primeros veinte países importadores por volumen, surgen como compradores más relevantes: Alemania que concentró el 14,3% de las compras durante 1999, registrando el volumen importado una significativa estabilidad superior a los 140 millones de metros cuadrados entre 1994 y 1999.

### Cuadro N°6 Importaciones alemanas de Productos cerámicos

(millones de dólares)

País de origen	1998	1999	2000	2001	Participación según año 2001
Italia	610	658	509	442	51%
Francia	162	103	84	62	7,1%
Rep. Checa	48	51	56	57	6,5%
España	80	75	71	52	6%
Holanda	91	100	86	47	5,4%
Turquía	50	52	47	43	4,9%
Polonia	24	22	20	21	2,4%
Hungría	27	22	19	17	1,9%
Austria	42	52	22	14	1,6%
Reino Unido	28	25	27	13	1,5%
Resto del Mundo	130	142	117	100	11,7%
<b>Total</b>	<b>1.292</b>	<b>1.302</b>	<b>1.058</b>	<b>866</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración Fundación Export\*Ar en base a Tradstatweb

En lo que respecta a Estados Unidos, su participación en las importaciones mundiales ha mostrado una tendencia creciente, pasando de una cuota mundial del 9,4% en 1994 al 13,7% en 1999, duplicando durante este mismo período el volumen importado. En cuanto al análisis de las importaciones por valor, las compras realizadas por los Estados Unidos prácticamente duplican las importaciones de Alemania.

Analizando las importaciones de Estados Unidos, de acuerdo a los países de origen, se puede observar que las mismas se concentran en países europeos, quienes ostentan el 64% de la participación en dicho mercado (en especial Italia 39,8% y España 15,3%), seguido de América con un 23,7% (México 11,4%, Brasil 6% y Argentina con 1,1%) (Ver cuadro N°7).

En cuanto a las exportaciones latinoamericanas al mercado norteamericano, las mismas se han comportado en forma estable. Mención especial merece el caso de Brasil que ha duplicado en cuatro años sus exportaciones a Estados Unidos.

## Cuadro N°7

### Importaciones de Estados Unidos de Productos Cerámicos

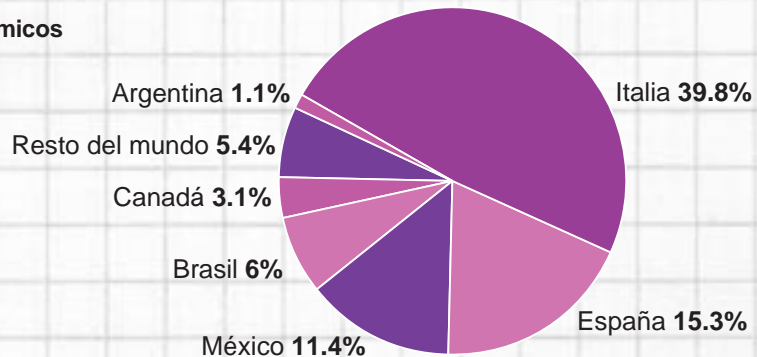
(en millones de dólares)

País de origen	1998	1999	2000	2001	Participación según año 2001
1. Italia	483	570	673	669	39,8%
2. España	208	241	262	258	15,3%
3. México	178	203	198	192	11,4%
4. Brasil	50	76	99	101	6,0%
6. Canadá	69	74	62	53	3,1%
7. Japón	58	58	69	51	3,0%
8. Alemania	53	57	61	49	2,9%
9. Reno Unido	41	42	41	49	2,9%
10. Francia	34	55	20	25	1,4%
11. Turquía	16	22	26	31	1,8%
12. Indonesia	17	25	26	26	1,5%
13. Venezuela	24	23	30	26	1,5%
14. Argentina	13	18	19	19	1,1%
15. Jamaica	0	62	151	15	0,9%
16. Tailandia	3	9	15	15	0,9%
17. Colombia	6	9	11	10	0,6%
<b>Sub Total</b>	<b>1.253</b>	<b>1.544</b>	<b>1.763</b>	<b>1.589</b>	<b>94,6%</b>
<b>Resto del mundo</b>	<b>79</b>	<b>63</b>	<b>97</b>	<b>89</b>	<b>5,4%</b>
<b>Total mundial</b>	<b>1.332</b>	<b>1.607</b>	<b>1.860</b>	<b>1.678</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración Fundación Export\*Ar en base a Tradstatweb

### Gráfico N°3

Estados Unidos:  
Importaciones de productos cerámicos  
por países de origen



Fuente: Elaboración Fundación Export\*Ar en base a Tradstatweb

## 4. Análisis de las Exportaciones Argentinas

En lo que respecta a nuestro país, la República Argentina se ubica en la posición número 16 entre los principales países exportadores, siendo su participación en el mercado mundial del 0,5%. La República Argentina es asimismo, el tercer país exportador de América Latina detrás de Brasil que posee una cuota mundial del 4,7% y México con el 2,5%.

Como puede observarse en el *Cuadro Anexo N° 8*, el valor anual de las exportaciones argentinas ha sufrido un leve pero continuo retroceso a pesar que el volumen exportado se ha comportado de forma estable.

Del análisis desagregado de las exportaciones argentinas se puede observar una importante diversificación de la cartera exportable (en el año 2001 Argentina exportó a 46 mercados). En cuanto al análisis de los principales mercados de nuestras exportaciones se encuentran Estados Unidos, país que concentra más del 50% de las exportaciones totales con más de U\$S 16 millones exportados durante el año 2001, seguido por Chile con cerca de U\$S 5 millones, Uruguay con aproximadamente U\$S 2 millones y Sudáfrica y Puerto Rico los cuales se aproximan ambos al millón de dólares exportado.

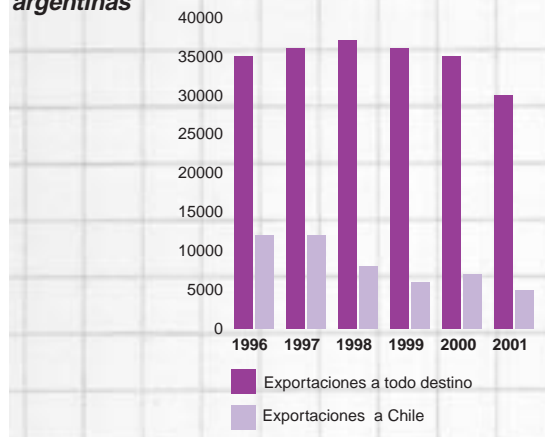
En cuanto al análisis de las exportaciones por regiones se puede observar una preponderancia de las exportaciones destinadas a mercados en nuestro Continente, en donde se encuentran los tres principales destinos (Estados Unidos, Chile y Uruguay) los cuales concentran el 90% de las exportaciones de Argentina, realizadas durante el año 2001, seguido por el continente africano (Sudáfrica, Zimbabwe, Namibia, Zambia, Mozambique y Nigeria con el 4% de las exportaciones) notándose una ausencia de los países asiáticos y una baja participación de Europa y Medio Oriente en las exportaciones argentinas.

## 5. Análisis desagregado de los mercados de destino de las exportaciones Argentinas de Productos cerámicos

### 5.1. El mercado norteamericano.

En cuanto al volumen de producción de productos cerámicos en los Estados Unidos, el mismo es mucho menor a su volumen de importación. Los principales proveedores de este producto son Italia y España mientras que Argentina posee un buen desempeño en el mercado norteamericano. El nivel de venta de productos cerámicos se mantiene estable durante todo el año, sin perjuicio de ello, durante los meses de septiembre a noviembre se incrementan las ventas. Esto se debe a que las refacciones de las viviendas se realizan durante dicho período. En los Estados Unidos, los mercados más convenientes son los de clima cálido en donde las baldosas cerámicas para pisos se utilizan con más frecuencia que las alfombras o la madera.

**Gráfico N°4**  
**Participación de EE.UU. en las exportaciones argentinas**



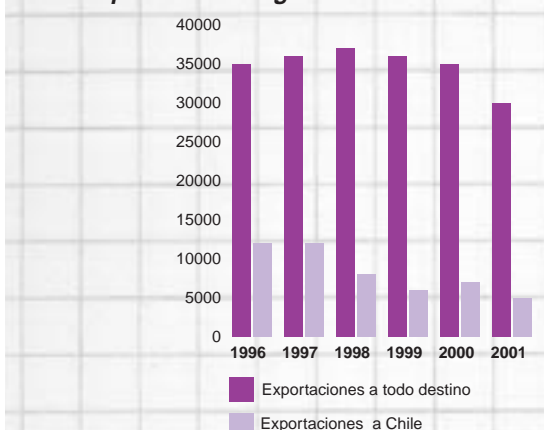
Fuente: Elaboración Fundación ExportAr en base a Tradstatweb

## 5.2. El mercado chileno y los países del MERCOSUR

La participación de las exportaciones argentinas en el mercado chileno es significativa, ocupando nuestro país el primer lugar entre los países exportadores. En comparación con el mercado norteamericano, la demanda del mercado interno chileno no resulta de la misma escala (las importaciones totales en el año 2000 de los Estados Unidos fueron superiores a los U\$S 1,5 mil millones mientras que las chilenas superaron los U\$S 62 millones).

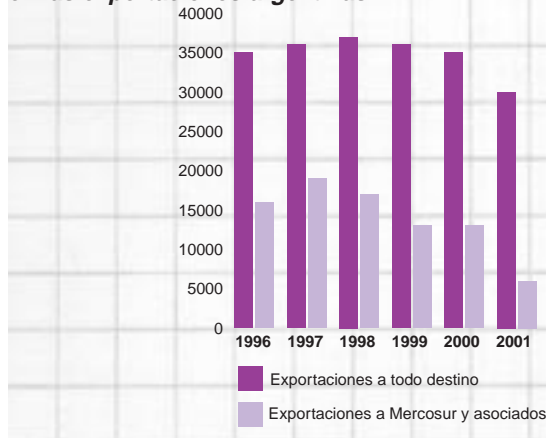
No obstante lo cual, el mercado chileno por su volumen y por la participación argentina en el mismo, surge como un mercado altamente propicio para las exportaciones argentinas del sector. Asimismo, es importante destacar que el arancel promedio para la República Argentina en el sector es bajo sin superar el arancel del 5% ad-valorem.

**Gráfico N°5**  
**Participación de Chile**  
**en las exportaciones argentinas**



Fuente: Elaboración Fundación ExportAr en base a Tradstatweb

**Gráfico N°6**  
**Participación del Mercosur y países asociados**  
**en las exportaciones argentinas**



Fuente: Elaboración Fundación ExportAr en base a Tradstatweb

## 6. Análisis desagregado del comportamiento del Producto 69089000

Habiendo analizado las posibilidades y potencialidades del sector de productos cerámicos de Argentina se analizará a continuación el producto con mejor desempeño en las exportaciones, clasificado como: **Demás; Placas y Baldosas, de cerámica, barnizadas o esmaltadas, para pavimentación o revestimiento; Cubos, Dados y Artículos similares, de cerámica, para mosaicos, barnizados o esmaltados, incluso con soporte (posición arancelaria 69089000).**

Analizando las exportaciones argentinas según el producto 69089000 (ver cuadro N°10), desde el año 1996 al 2001, puede observarse una importante concentración (superior al 70%) y estabilidad de las mismas a valores constantes en los mercados de Estados Unidos, Chile y Uruguay, a pesar de haberse exportado durante el año 2001 a 41 países.

En lo que respecta al análisis del destino de estas exportaciones es importante destacar que el mercado norteamericano concentra el 50% de las mismas, aunque surgen como significativos los mercados de América Central y el Caribe (Puerto Rico -U\$S 740 mil-, Costa Rica - U\$S 319 mil-, Jamaica-U\$S 141 mil- y Cuba - U\$S 126 mil -, entre otros) y de Africa Subsahariana (Sudáfrica - U\$S 852 mil- y Zimbabwe - U\$S 195 mil-).

### Cuadro N° 10

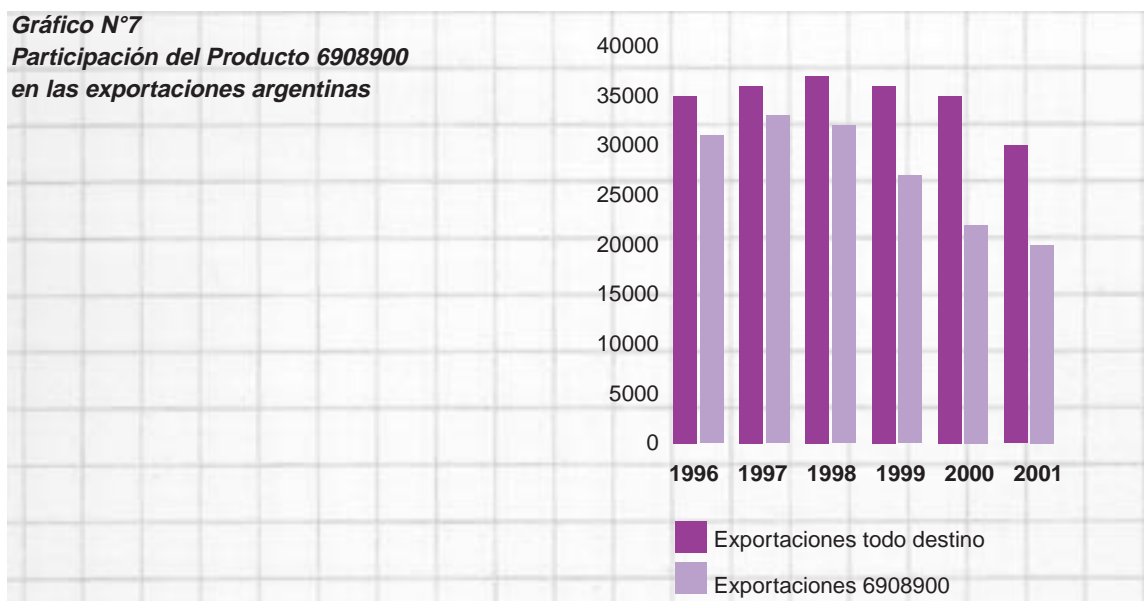
#### Exportaciones argentinas totales del producto 6908900

(en miles de dólares)

Producto	País de destino	1996	1997	1998	1999	2000	2001
<b>6908900--</b>							
<b>Los demás, baldosas, dados y artículos similares</b>							
	ESTADOS UNIDOS	7.179	8.415	10.724	11.124	9.209	9.011
	CHILE	9.658	9.154	6.307	4.617	6.944	3.879
	URUGUAY	2.267	1.866	2.298	1.608	1.155	1.075
	SUDAFRICA	588	344	155	173	559	852
	PUERTO RICO	638	946	1.234	1.434	609	740
	MEXICO	0	208	0	95	42	363
	BOLIVIA	1.238	2.254	1.991	962	712	344
	COSTA RICA	316	200	310	587	440	319
	ALEMANIA	1.400	1.018	701	454	229	214
	PERU	1.460	1.509	1.953	2.387	798	209
	ZIMBABWE	77	225	156	150	149	195
	CANADA	288	175	137	208	171	158
	AUSTRALIA	104	76	63	15	80	149
	JAMAICA	446	209	130	227	169	141
	LOS DEMAS	4.558	5.356	5.508	3.336	1.780	1.270
<b>Total</b>		<b>30.217</b>	<b>31.955</b>	<b>31.667</b>	<b>27.377</b>	<b>23.046</b>	<b>18.919</b>

Fuente: Elaboración Fundación Export\*Ar en base a Dataintal e Infojust

**Gráfico N°7**  
Participación del Producto 6908900  
en las exportaciones argentinas



Fuente: Elaboración Fundación Export\*Ar en base a Dataintal e Infojust

## Consideraciones Finales

En líneas generales las compras internacionales de productos cerámicos se han comportado en forma estable y creciente entre los principales países importadores no obstante lo cual se puede observar que una importante franja del mercado internacional se rige según las cotizaciones. Un ejemplo claro lo constituye Brasil quien con posterioridad a la devaluación de su moneda duplicó sus ventas a los Estados Unidos.

En lo que respecta a las posibilidades de exportación para Argentina, surgen como principales mercados: Estados Unidos, Chile y Uruguay, esperándose para el presente año un aumento en el volumen exportado como consecuencia de la devaluación de la moneda argentina y el mejoramiento de su cotización.

Es importante tener en cuenta que las ventas del sector tienen un buen comportamiento en países de clima cálido, en ese sentido surge como relevantes acentuar las exportaciones a la región de Africa Subsahariana en donde no se observa un importante productor capaz de satisfacer las demandas internas y en donde la Argentina destinó durante el año 2001 el 4% de sus exportaciones totales.

En lo que respecta a las exportaciones argentinas al mercado Europeo las mismas no surgen como importantes en la medida en que los dos principales países productores y exportadores (Italia y España) se encuentran en Europa y poseen un acceso preferencial para sus exportaciones.

Es importante destacar que en los mercados de alto poder adquisitivo el diseño de las baldosas influye notablemente en las decisiones del consumidor al momento de la compra.

### Cuadro Anexo N°1: Principales Países Productores de Productos Cerámicos

(en millones de m<sup>2</sup>, cuota mundial y variación anual en porcentaje)

Países	1995		1996		1997		1998		1999		2000	
	Produc.	Cuota Mundial %	Produc.	Cuota mundial %	Produc.	Cuota mundial %	Produc.	Cuota mundial %	Produc.	Cuota mundial %	Produc.	Cuota mundial %
Italia	562	19,1	554,5	17,4	572,2	16,8	589,0	16,0	606,3	15,8	631,8	15,3
España	400	13,6	424,0	13,3	485,0	14,2	564,0	15,4	602,0	15,7	621,0	15,1
Brasil	291	9,9	337,1	10,6	369,0	10,8	400,7	10,9	428,5	11,2	452,7	11,0
China	222	7,7	262,6	8,3	307,9	9,0	362,4	9,9	382,0	10,0	452,3	11,0
Turquía	104	3,6	112,6	3,5	148,0	4,3	154,0	4,2	150,0	3,9	175,0	4,2
México	70	2,4	82,0	2,6	100,0	2,9	115,8	3,2	127,3	3,3	139,3	3,4
Taiwán	85	2,9	99,5	3,1	105,0	3,1	104,4	2,8	112,6	2,9	120,8	2,9
India	64	2,2	70,9	2,2	62,0	1,8	91,7	2,5	103,4	2,7	109,3	2,7
Indonesia	134	4,6	153,4	4,8	135,0	4,0	69,8	1,9	67,5	1,8	83,4	2,0
EE.UU.	56	1,9	61,9	1,9	68,0	2,0	63,4	1,7	74,0	1,9	77,0	1,9
Irán	46	1,6	49,7	1,6	46,0	1,4	62,5	1,7	63,0	1,6	75,0	1,8
Tailandia	70	2,4	77,5	2,4	67,0	2,0	80,5	2,2	70,6	1,8	72,2	1,8
Malasia	44	1,5	51,0	1,6	45,0	1,3	62,3	1,7	55,6	1,5	65,2	1,6
Portugal	50	1,7	53,8	1,7	60,0	1,8	60,0	1,6	64,0	1,7	64,0	1,6
Alemania	69	2,3	59,6	1,9	59,0	1,7	63,8	1,7	63,6	1,7	61,7	1,5
Japón	84	2,9	81,1	2,6	82,0	2,4	60,0	1,6	54,0	1,4	59,3	1,4
Argentina	42	1,4	46,9	1,5	36,0	1,1	55,7	1,5	53,8	1,4	54,8	1,3
Rusia	48	1,6	53,1	1,7	40,0	1,2	44,7	1,2	48,2	1,3	46,5	1,1
Francia	45	1,5	44,0	1,4	44,0	1,3	45,0	1,2	42,5	1,1	41,0	1,0
<b>Resto mundo</b>	<b>0,4</b>	<b>0,0</b>	<b>0,5</b>	<b>0,0</b>	<b>0,5</b>	<b>0,0</b>	<b>0,6</b>	<b>0,0</b>	<b>0,6</b>	<b>0,0</b>	<b>0,7</b>	<b>0,0</b>
<b>U.E.</b>	<b>1.160</b>	<b>39,3</b>	<b>1.165</b>	<b>36,7</b>	<b>1.250,8</b>	<b>36,7</b>	<b>1.352,7</b>	<b>36,8</b>	<b>1.409,9</b>	<b>36,9</b>	<b>1.465,6</b>	<b>35,5</b>
<b>Total mundo</b>	<b>2.949</b>	<b>100</b>	<b>3.179,9</b>	<b>100</b>	<b>3.405,8</b>	<b>100</b>	<b>3.673,4</b>	<b>100</b>	<b>3.825,1</b>	<b>100</b>	<b>4.122,8</b>	<b>100</b>

Fuente: Elaboración Fundación ExportAr en base a Asociación española de fabricantes de azulejos y pavimentos cerámicos

**Cuadro Anexo N°2****Principales Exportadores de Productos cerámicos***(exportación en miles de m<sup>2</sup>; cuota mundial y variación anual en porcentaje)*

Países	1994		1995		1996		1997		1998		1999	
	Export.	Cuota Mundial %	Export.	Cuota mundial %	Export.	Cuota mundial %	Export.	Cuota mundial %	Export.	Cuota mundial %	Export.	Cuota mundial %
Italia	324,917	45,7	361,429	44,2	363,287	43,7	389,060	41,4	405,686	41,6	416,771	40,8
España	158,443	22,3	188,117	23	195,207	23,5	241,398	25,7	261,426	26,8	270,199	26,4
Turquía	15,686	2,2	27,094	3,3	35,107	4,2	36,708	3,9	37,669	3,9	48,519	4,7
Brasil	34,042	4,8	35,046	4,3	35,233	4,2	39,754	4,2	35,245	3,6	47,706	4,7
México	14,957	2,1	17,542	2,1	22,120	2,7	24,789	2,6	25,376	2,6	25,825	2,5
Portugal	15,533	2,2	16,350	2	14,322	1,7	15,510	1,7	18,580	1,9	22,460	2,2
Alemania	20,323	2,9	20,639	2,5	17,986	2,2	17,967	1,9	19,411	2	20,863	2
Tailandia	6,740	0,9	6,989	0,9	3,556	0,4	5,280	0,6	5,085	0,5	20,364	2
Francia	20,473	2,9	20,985	2,6	18,262	2,2	25,465	2,7	25,825	2,7	19,645	1,9
Rep. Checa	5,757	0,8	11,700	1,4	9,333	1,6	16,221	1,7	17,945	1,8	14,973	1,5
Indonesia	3,595	0,5	2,237	0,3	4,510	1,1	4,441	0,5	10,135	1	14,692	1,4
Malasia	6,464	0,9	7,101	0,9	16,705	0,5	6,399	0,7	8,206	0,8	14,363	1,4
China	8,211	1,2	10,965	1,3	9,377	2	13,510	1,4	13,000	1,3	10,510	1
Países Bajos	9,238	1,3	11,065	1,4	4,211	1,1	7,694	0,8	7,167	0,7	10,394	1
Emirat. A. U.	1,241	0,2	3,980	0,5	8,832	0,5	8,445	0,9	6,565	0,7	6,476	0,6
Argentina	4,078	0,6	8,091	1	5,079	1,1	6,686	0,7	4,687	0,5	5,079	0,5
Japón	8,606	1,2	5,599	0,7	3,730	0,6	5,658	0,6	5,906	0,6	4,831	0,5
EE.UU.	663	0,1	1,808	0,2	743	0,4	4,409	0,5	3,438	0,4	3,802	0,4
Venezuela	3,145	0,4	5,151	0,6	1,308	0,1	3,786	0,4	4,637	0,5	3,791	0,4
Sudáfrica	538	0,1	923	0,1	48,785	0,2	1,379	0,1	2,662	0,3	3,151	0,3
<b>Resto mundo</b>	<b>47.747</b>	<b>6,7</b>	<b>55.526</b>	<b>6,8</b>	<b>626.715</b>	<b>5,9</b>	<b>64.380</b>	<b>6,9</b>	<b>55.624</b>	<b>5,7</b>	<b>37.825</b>	<b>3,7</b>
<b>U.E.</b>	<b>556.965</b>	<b>78,4</b>	<b>626.973</b>	<b>76,6</b>	<b>626.715</b>	<b>75,4</b>	<b>704.795</b>	<b>75,1</b>	<b>748.625</b>	<b>76,8</b>	<b>768.141</b>	<b>75,1</b>
<b>Total</b>	<b>710.397</b>	<b>100</b>	<b>818.337</b>	<b>100</b>	<b>831.010</b>	<b>100</b>	<b>938.939</b>	<b>100</b>	<b>974.275</b>	<b>100</b>	<b>1.022.239</b>	<b>100</b>

Fuente: Elaboración Fundación Export\*Ar en base a Asociación española de fabricantes de azulejos y pavimentos cerámicos

## Cuadro Anexo N°5

### Principales Países Importadores de Productos cerámicos

(importación en miles de m<sup>2</sup>, cuota mundial y variación anual en porcentaje)

Países	1994		1995		1996		1997		1998		1999	
	Import.	Cuota Mundial %	Import.	Cuota mundial %	Import.	Cuota mundial %	Import.	Cuota mundial %	Import.	Cuota mundial %	Import.	Cuota mundial %
Alemania	141.106	19,9	155.620	19,0	148.452	17,9	153.900	16,4	152.026	15,6	146.656	14,3
EE.UU.	66.991	9,4	72.682	8,9	86.712	10,4	101.659	10,8	117.493	12,1	140.328	13,7
Francia.	64.931	9,1	71.747	8,8	72.371	8,7	75.203	8,0	85.350	8,8	90.282	8,8
Polonia	14.870	2,1	23.067	2,8	32.262	3,9	43.040	4,6	41.447	4,3	39.466	3,9
Reino Unido	22.801	3,2	26.257	3,2	29.381	3,5	33.374	3,6	33.135	3,4	38.102	3,7
Grecia	22.462	3,2	28.038	3,4	27.578	3,3	32.621	3,5	32.592	3,3	31.967	3,1
Australia	19.273	2,7	17.914	2,2	17.505	2,1	19.992	2,1	21.334	2,2	26.138	2,6
Israel	10.683	1,5	14.151	1,7	16.924	2,0	19.778	2,1	21.937	2,3	25.708	2,5
Arabia												
Saudita	21.310	3,0	28.494	3,5	22.132	2,7	24.992	2,7	29.388	3,0	24.969	2,4
Portugal	9.067	1,3	13.570	1,7	15.083	1,8	16.164	1,7	18.556	1,9	21.142	2,1
Países Bajos	20.778	2,9	23.486	2,9	20.438	2,5	19.933	2,1	21.413	2,2	20.677	2
Bélgica	23.011	3,2	24.690	3,0	22.518	2,7	23.099	2,5	24.750	2,5	20.647	2
Canadá	11.754	1,7	12.768	1,6	14.448	1,7	16.308	1,7	18.065	1,9	20.512	2
Hong Kong	21.964	3,1	23.228	2,8	23.623	2,8	26.367	2,8	22.531	2,3	19.283	1,9
Singapur	17.824	2,5	18.862	2,3	19.336	2,3	19.075	2,0	16.363	1,7	16.785	1,6
Austria	18.010	2,5	16.447	2,0	16.963	2,0	18.834	2,0	17.073	1,8	16.495	1,6
Italia	10.852	1,5	10.535	1,3	9.293	1,1	10.539	1,1	11.401	1,2	12.069	1,2
Suiza	10.523	1,5	10.792	1,3	10.485	1,3	10.531	1,1	10.728	1,1	11.509	1,1
Hungría	5.908	0,8	6.625	0,8	6.481	0,8	8.761	0,9	10.593	1,1	10.052	1
Sudáfrica	9.524	1,3	11.685	1,4	11.714	1,4	13.498	1,4	8.772	0,9	8.337	0,8
<b>Resto</b>												
<b>mundio</b>	<b>166.755</b>	<b>23,5</b>	<b>207.679</b>	<b>25,4</b>	<b>207.311</b>	<b>24,9</b>	<b>251.335</b>	<b>26,8</b>	<b>259.328</b>	<b>26,6</b>	<b>281.115</b>	<b>27,5</b>
<b>U.E.</b>	<b>349.331</b>	<b>49,2</b>	<b>389.599</b>	<b>47,6</b>	<b>384.852</b>	<b>46,3</b>	<b>408.099</b>	<b>43,5</b>	<b>425.172</b>	<b>43,6</b>	<b>428.840</b>	<b>42</b>
<b>Total</b>	<b>710.397</b>	<b>100</b>	<b>818.337</b>	<b>100</b>	<b>831.010</b>	<b>100</b>	<b>938.939</b>	<b>100</b>	<b>974.275</b>	<b>100</b>	<b>1.022.239</b>	<b>100</b>

Fuente: Elaboración Fundación Export\*Ar en base a Asociación española de fabricantes de azulejos y pavimentos cerámicos

### Elaboración: Lic. Javier González Ojeda

Fuente Consulado Argentino en Miami y Asociación Española de Fabricantes de Azulejos y Pavimentos Cerámicos.

Base de datos: Tradstaweb, Dataintal. Infojust y Asociación Española de Fabricantes de Azulejos y Pavimentos Cerámicos.



## Cuadro Anexo N°8

## Exportaciones Argentinas Totales (en miles de dólares)

Productos	País	1996	1997	1998	1999	2000	2001
<b>6902</b>							
<b>Ladrillos Placas Baldosas y Piezas cerámicas análogas de construcción</b>							
	ARABIA SAUDITA	0	0	0	0	0	191
	ESTADOS UNIDOS	81	60	85	65	25	160
	CHILE	89	40	7	6	11	143
	EMIR. DE ARABIA	75	31	0	0	0	110
	REST. MUNDO	576	121	141	228	256	83
	<b>Total</b>	<b>821</b>	<b>252</b>	<b>233</b>	<b>299</b>	<b>292</b>	<b>687</b>
<b>6903</b>							
<b>Los demás artículos cerámicos refractarios (por ejemplo: retortas)</b>							
	ITALIA	688	472	482	262	559	390
	ESPAÑA	0	0	0	0	69	41
	CHILE	35	94	64	124	81	28
	REST. MUNDO	215	298	236	111	74	65
	<b>Total</b>	<b>938</b>	<b>864</b>	<b>782</b>	<b>497</b>	<b>783</b>	<b>524</b>
<b>6905-</b>							
<b>Tejas Elementos de Chimeneas Conductos de humo y Ornamentos arquitecto</b>							
	URUGUAY	482	417	776	551	504	568
	PUERTO RICO	5	33	68	57	52	24
	REST. MUNDO	114	80	60	28	23	25
	<b>Total</b>	<b>601</b>	<b>530</b>	<b>903</b>	<b>636</b>	<b>579</b>	<b>617</b>
<b>6907</b>							
<b>Placas y Baldosas de cerámica sin barnizar ni esmaltar para pavimento</b>							
	ESTADOS UNIDOS	0	0	0	3845	6527	7,593
	CHILE	763	1217	1477	1748	1481	938
	AUSTRALIA	0	33	195	239	541	272
	URUGUAY	605	493	710	442	380	262
	BRASIL	105	47	69	420	158	210
	PAISES BAJOS	0	0	11	114	78	150
	CANADA	0	0	0	186	295	139
	BAHAMAS	0	0	0	28	14	68
	BOLIVIA	45	72	716	265	101	66
	REST. MUNDO	378	661	839	907	450	200
	<b>Total</b>	<b>1.896</b>	<b>2.523</b>	<b>4.017</b>	<b>8.194</b>	<b>10.025</b>	<b>9.898</b>
<b>6908</b>							
<b>Placas y Baldosas de cerámica barnizadas o esmaltadas para pavimento</b>							
	ESTADOS UNIDOS	7.179	8.415	10.725	11.125	9.221	9.011
	CHILE	9.658	9.154	6.308	4.617	7.396	3.879
	URUGUAY	2.267	1.880	2.302	1.609	1.158	1.075
	SUDAFRICA	588	344	155	173	559	852
	PUERTO RICO	663	946	1.234	1.434	627	740
	MEXICO	0	208	0	95	42	363
	BOLIVIA	1.238	2.254	1.996	963	712	344
	COSTA RICA	316	200	310	587	459	319
	ALEMANIA	1.400	1018	701	454	229	214
	PERU	1.460	1.509	1.953	2.387	798	209
	ZIMBABWE	77	225	156	150	149	195
	REST. MUNDO	5.396	5.089	5.838	3.786	2.220	1.719
	<b>Total</b>	<b>30.242</b>	<b>31.969</b>	<b>31.678</b>	<b>27.380</b>	<b>23.570</b>	<b>18.920</b>
<b>Total</b>		<b>34.541</b>	<b>36.184</b>	<b>37.628</b>	<b>37.019</b>	<b>35.252</b>	<b>30.654</b>

Fuente: Elaboración Fundación ExportAr en base a Dataintal e Infojust

# Tendencias del mercado internacional de muebles de madera

*Durante los últimos años Argentina ha mantenido un valor de exportación de muebles de madera superior a los 7 millones de dólares mostrando un importante incremento en las ventas hacia los EEUU y otros países extra-zona MERCOSUR como por ejemplo Italia, México, Cuba y España. La actual coyuntura interna, la disposición de materias primas de alta calidad como así también el crecimiento de la demanda en nuestros principales mercados compradores hacen prever un mayor desarrollo del sector, el cual muestra aún un alto nivel de concentración en el número de empresas que participan en el comercio internacional.*

El presente informe presenta una síntesis estadística de los principales flujos comerciales del mercado internacional de muebles de madera. Este informe agrupa los siguientes productos: muebles de madera del tipo de los utilizados en oficinas, en cocinas, en dormitorios y los demás muebles de madera (establecidos en las subpartidas arancelarias 9403.30, 9403.40, 9403.50 y 9403.60 respectivamente), haciendo hincapié en la participación de las exportaciones argentinas de este producto, destacando sus principales mercados de destino y la participación de nuestros productos en los mercados internacionales.

Este informe es complementado con la información disponible en Fundación ExportAr respecto a estos productos, para lo cual los empresarios argentinos pueden consultar en nuestro site el listado de Perfiles de Mercados, Listados de Importadores y Oportunidades Comerciales.

## Comercio Internacional

De acuerdo a la información compilada de diversas bases de datos de comercio exterior y analizada por Fundación Export.Ar, y como se desprende del Cuadro N°1, los principales importadores de muebles de madera son EE.UU., Alemania, Reino Unido, Francia y Japón.

**Cuadro N°1. Principales importadores mundiales de Muebles de Madera** (en miles de u\$s)

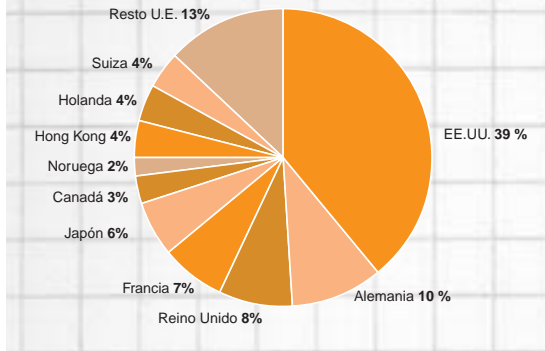
### NCM 940330 al 940360

País importador	1997	1998	1999	2000	2001	2001/1997
EE.UU.	3.565.914	4.423.613	5.492.108	6.722.808	6.806.701	90,88%
Alemania	2.208.557	2.060.916	2.074.460	1.979.835	1.690.991	-23,43%
Reino Unido	826.063	949.904	1.061.821	1.225.201	1.296.234	56,92%
Francia	1.127.876	1.207.025	1.283.661	1.276.613	1.247.151	10,58%
Japón	868.807	689.624	778.513	1.025.379	1.068.280	22,96%
Holanda	651.596	664.158	735.624	696.596	634.264	-2,66%
Hong Kong	488.140	466.247	545.148	635.869	623.087	27,65%
Suiza	630.498	679.616	714.571	647.385	622.232	-1,31%
Bélgica y Luxemburgo	633.593	720.742	675.216	598.346	566.742	-10,55%
Austria	598.244	584.207	592.337	501.349	494.003	-17,42%
Canadá	349.383	371.900	397.638	467.811	482.218	38,02%
Noruega	327.642	360.277	337.021	336.930	287.170	-12,35%
España	159.677	182.375	230.062	259.401	278.060	74,14%
Italia	169.421	193.429	238.082	248.329	254.650	50,31%
Suecia	209.427	245.052	274.809	256.473	236.328	12,85%
Dinamarca	161.235	222.882	227.689	206.771	204.714	26,97%

Ordenado de acuerdo a los principales importadores en el año 2001

Fuente: Elaboración Fundación ExportAr en base a Trains-UNCTAD, DataIntal, Eurostat y Tradstatweb

**Gráfico Nº 1 : Principales importadores mundiales de Muebles de Madera**

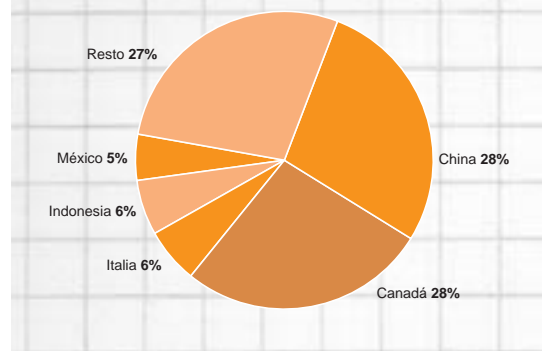


Ordenado de acuerdo a los principales importadores en el año 2001  
Fuente: Elaboración Fundación Export\*Ar en base a Trains-UNCTAD, DataIntal, Eurostat y Tradstatweb

En el Cuadro Nº 1 se presenta la evolución de las compras externas de los principales países importadores de muebles de madera durante el período 1997-2001 y la variación de dichas compras en ese período. En el mismo se observa que el principal importador de muebles de madera es **Estados Unidos**, que tuvo durante el período 1997-2001 una tendencia creciente, con un incremento superior al 90 %, lo que resulta un hecho auspicioso para la industria argentina, ya que aproximadamente el 60 % de las exportaciones argentinas de muebles de madera se dirigen a los Estados Unidos. Los principales proveedores de este mercado son China y Canadá, ya que cada uno explica el 28% de las compras de EE.UU. de estos productos, seguidos por Italia e Indonesia con el 6% c/u y México con el 5% de las importaciones totales.

Asimismo, analizando las importaciones por posición arancelaria, durante el año 2001 los Estados Unidos han importado muebles de madera del tipo de los utilizados en oficinas por U\$S 583 millones, de los utilizados en cocinas por U\$S 735 millones, en dormitorios U\$S 1.840 millones y los demás muebles de madera por U\$S 3.649 millones.

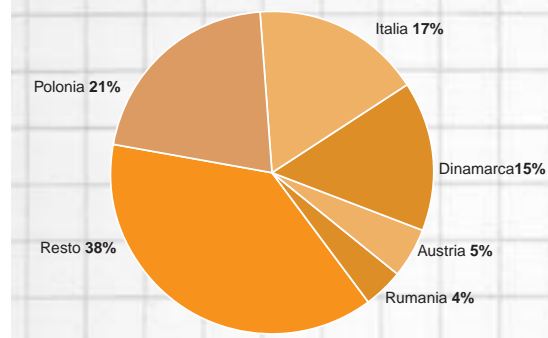
**Gráfico Nº 2 : EE.UU. : Principales orígenes de las importaciones de Muebles de Madera**



Fuente: Elaboración Fundación Export\*Ar en base a Tradstatweb Año 2001.

**Alemania**, contrariamente, ha disminuido en forma continua sus importaciones de estos productos, alcanzando una reducción superior al 23% para el lustro señalado. Los principales proveedores son Polonia (21%), Italia (17%), Dinamarca (15%), Austria (5%) y Rumania (4%). Asimismo, durante el año 2001 ha importado muebles de madera del tipo de los utilizados en oficinas por U\$S 115 millones, de los utilizados en cocinas por U\$S 72 millones, en dormitorios U\$S 396 millones y los demás muebles de madera por U\$S 1.107 millones.

**Gráfico Nº 3 : Alemania : Principales orígenes de las importaciones de Muebles de Madera**



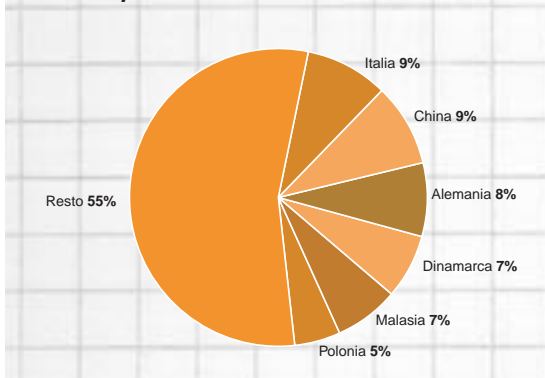
Fuente: Elaboración Fundación Export\*Ar en base a Tradstatweb Año 2001.

Con respecto al **Reino Unido**, se observa una clara tendencia positiva en el valor anual de sus importaciones, las que en el mismo período mostraron un aumento cer-

cano al 57 %. Durante el año 2001, los principales proveedores han sido Italia (9%), China (9%), Alemania (8%), Dinamarca (7%), Malasia (7%) y Polonia (5%).

Analizando las importaciones en forma desagregada, durante el año 2001, Reino Unido ha importado muebles de madera del tipo de los utilizados en oficinas por U\$S 168 millones, de los utilizados en cocinas por U\$S 75 millones, en dormitorios U\$S 226 millones y los demás muebles de madera por U\$S 827 millones.

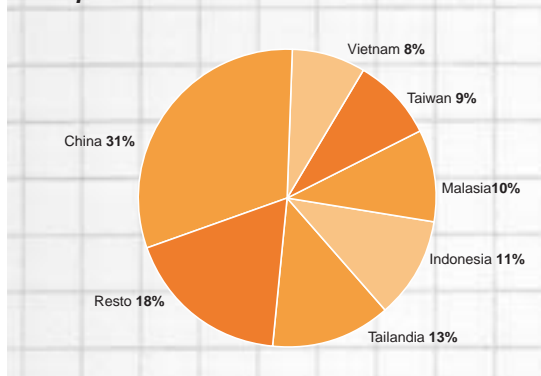
**Gráfico Nº 4 : Reino Unido: Principales orígenes de las importaciones de Muebles de Madera**



Fuente: Elaboración Fundación Export\*Ar en base a Tradstatweb Año 2001.

**Francia** por su parte, presenta un importante aumento en sus importaciones de muebles de madera durante el periodo 1997-1999, que se revierte a partir del año 2000 y se repite también en el 2001, no obstante lo cual mantiene cifras estables de importación. Los principales proveedores de Francia son Italia (15%), Alemania (11%), Bélgica (11%), España (10%), Dinamarca (6%) y Rumania (6%). Observando las importaciones en forma desagregada, Francia ha importado muebles de madera del tipo de los utilizados en oficinas por U\$S 118,5 millones, de los utilizados en cocinas por U\$S 6,5 millones, en dormitorios U\$S 239 millones y los demás muebles de madera por U\$S 739 millones.

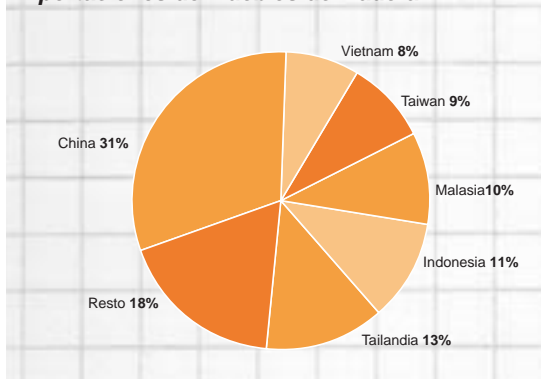
**Gráfico Nº 5: Francia: Principales orígenes de las importaciones de Muebles de Madera**



Fuente: Elaboración Fundación Export\*Ar en base a Tradstatweb Año 2001.

Finalmente **Japón**, el quinto importador mundial de muebles de madera, si bien presenta una disminución de las importaciones para el período 1997-1999, sus importaciones crecieron el 31,71% en el año 2000 y un 4,18% más en el 2001. Los principales proveedores de Japón son China (31% del total), Tailandia (13%), Indonesia (11%), Malasia (10%), Taiwan (9%) y Vietnam (8%). Al observar las importaciones en forma desagregada han importado muebles de madera del tipo de los utilizados en oficinas por U\$S 11,6 millones, de los utilizados en cocinas por U\$S 54,2 millones, en dormitorios U\$S 119 millones y los demás muebles de madera por U\$S 883,6 millones.

**Gráfico Nº 6 : Japón: Principales orígenes de las importaciones de Muebles de Madera**



Fuente: Elaboración Fundación Export\*Ar en base a Tradstatweb Año 2001.

Como puede observarse, al analizar en forma desagregada las importaciones de muebles de madera, el principal rubro de importación de los cinco principales impor-

tadores mundiales corresponde a la partida bolsa "los demás muebles de madera", que agrupa una diversidad de productos, seguido por los muebles de madera del tipo de los utilizados en dormitorios.

## Argentina.

### Situación de la Industria Nacional

De acuerdo a un relevamiento realizado entre los principales actores del sector y a pesar de la ausencia de información sistematizada, se ha detectado que muy pocas empresas productoras de muebles de madera han exportado en los últimos años. Asimismo, son pocas las empresas que están en condiciones de exportar (alrededor del 15%), motivo por el cual, las cámaras y entidades sectoriales están trabajando en la capacitación de los empresarios, con dos objetivos principales: primero, lograr definir estrategias de marketing que permitan generar el reposicionamiento del mueble argentino, y segundo, incentivar la asociatividad entre las empresas, para producir un mayor volumen y como forma de conquistar mercados con inversión conjunta por parte de las empresas. En el Cuadro N° 2 se

presentan las exportaciones argentinas de muebles de madera durante el período 1997 y 2001 por país de destino, información que es complementada con las estadísticas de importación de los principales mercados compradores de muebles de madera de Argentina, presentados en los Gráficos 8 al 13. En dicho cuadro se presenta la información en forma agregada, englobando las exportaciones de muebles de madera del tipo de los utilizados en oficinas, en cocinas, en dormitorios y los demás muebles de madera.

Como puede observarse, el principal destino para las exportaciones argentinas son los EE.UU., que absorben casi el 60% del total exportado, y que muestran un aumento en el flujo de las mismas del 27 % para el período 1997-2001. Otros importantes destinos de las exportaciones argentinas son, tradicionalmente, Uruguay, Chile y Brasil, y en el 2001 se han transformado en importantes receptores de la oferta exportable argentina Italia, México y Cuba, que han incrementado notablemente las compras desde Argentina con respecto a los años anteriores.

### Cuadro N°2. Exportaciones Argentinas de Muebles de Madera (en U\$S)

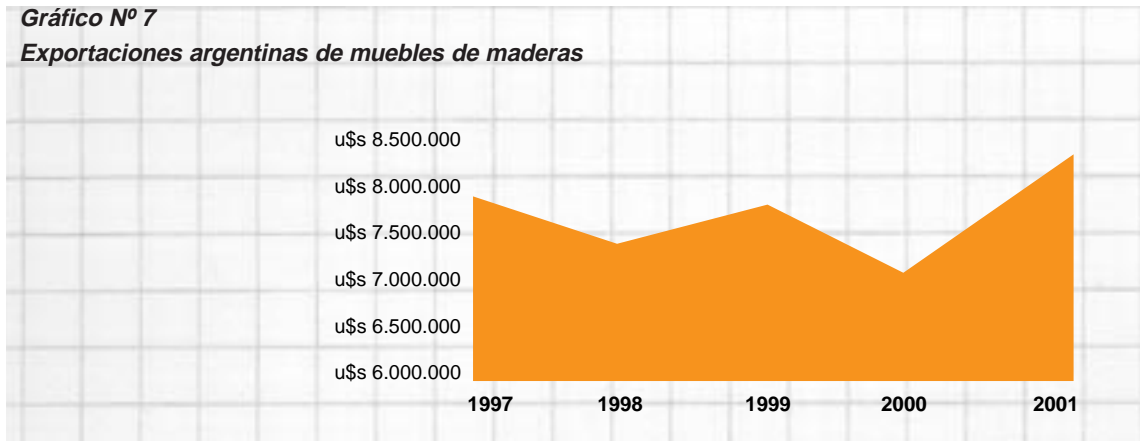
#### NCM 940330 al 94036

País de destino	1997	1998	1999	2000	2001	2001 (incidencia sobre las export. totales)
EE.UU.	3.796.131	3.092.812	4.240.856	4.306.517	4.818.723	58,05%
Uruguay	1.053.439	879.788	1.626.819	836.296	548.270	6,60%
Italia	27.190	41.793	40.303	73.249	524.119	6,31%
Chile	1.251.167	800.768	650.436	578.140	409.301	4,93%
México	200	74.752	20.885	84.026	310.889	3,74%
Cuba	21.731	109.278	133.720	48.985	280.190	3,38%
España	108.431	106.539	112.801	143.905	263.497	3,17%
Brasil	1.110.176	1.313.644	291.653	259.660	202.432	2,44%
Puerto Rico	360	24.005	33.465	41.248	163.357	1,97%
Perú	10.092	37.313	103.109	25.839	127.621	1,54%
Venezuela	1.530	120	6.035	13.706	116.892	1,41%
Costa Rica	125.362	234	7.624	1.627	110.140	1,33%
Paraguay	164.250	157.485	111.694	465.178	107.013	1,29%
Reino Unido	200	493.522	52.270	70.850	101.188	1,22%
Los demás	311.204	338.228	410.887	222.828	218.046	2,63%
<b>Total</b>	<b>7.981.463</b>	<b>7.470.281</b>	<b>7.842.557</b>	<b>7.172.054</b>	<b>8.301.678</b>	

Ordenado de acuerdo al destino de exportaciones argentinas en 2001. Fuente: Elaboración Fundación Export\*Ar en base a datos de CEI - Año 1997 y de Infojust para 1998/1999/2000/2001

Gráfico N° 7

Exportaciones argentinas de muebles de maderas



Asimismo, desagregando la información en cuanto a cada uno de los cuatro productos, durante el año 2001, el principal destino para las exportaciones argentinas de **muebles de madera del tipo de los utilizados en oficinas** ha sido Cuba (26% del total exportado), seguido por Chile, EE.UU, Brasil y Uruguay. El total exportado por Argentina de este producto fue de U\$S 1.057.931

Las exportaciones argentinas de **muebles de madera del tipo de los utilizados en cocinas** han sido las menos significativas, totalizando U\$S 191.841 durante el año 2001. Las mismas se dirigieron principalmente a Uruguay (62% del total exportado), seguido por EE.UU, Paraguay, España y Chile.

Para el caso de las exportaciones de **muebles de madera del tipo de los utilizados en dormitorios**, el principal destino de exportación argentina es EE.UU., que absorbe el 83% de las mismas, seguido por Puerto Rico, España, Reino Unido, Italia y Chile. El total exportado por Argentina de estos productos fue de U\$S 2.266.421 durante el año 2001.

Finalmente, las exportaciones de **los demás muebles de madera** –que son

los que presentan las mayores cifras en el comercio internacional-, se han dirigido a EE.UU. (58%), Italia, México, Uruguay, Chile, y España. El total exportado por Argentina el año pasado de estos productos ascendió a los U\$S 4.778.760

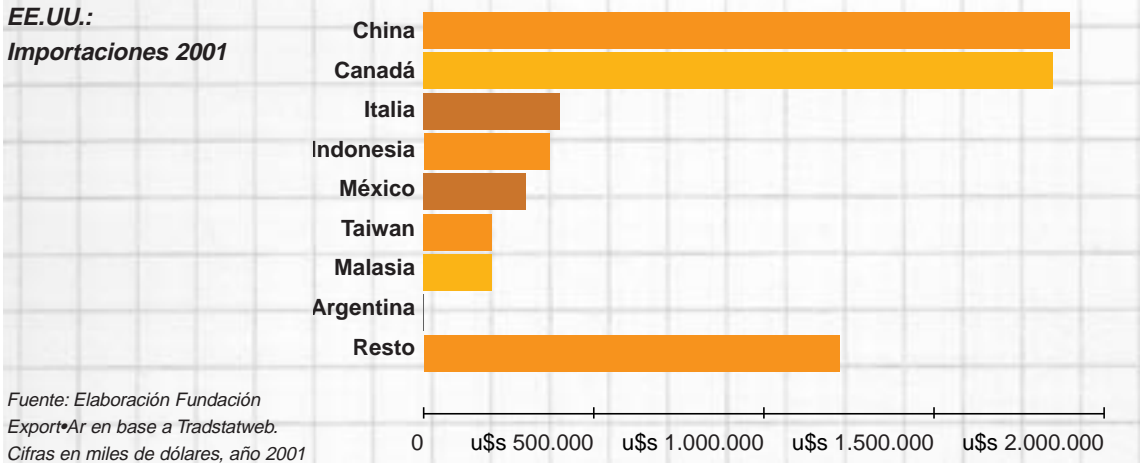
#### Principales Mercados de destino de las exportaciones argentinas de Muebles de Madera

A continuación se presentan las estadísticas de importación de los principales mercados compradores de muebles de madera de Argentina para el año 2001.

El principal importador mundial -y principal cliente de Argentina- de muebles de madera es **EE.UU.**, que importa casi u\$s 7.000 millones de esos productos, principalmente de China y Canadá. Las importaciones provenientes desde Argentina no llegan al 0,10% del total importado. Los muebles de madera exportados por Argentina no tributan arancel para ingresar al mercado estadounidense (de acuerdo al régimen arancelario vigente en la actualidad).

Gráfico N° 8

EE.UU.:  
Importaciones 2001

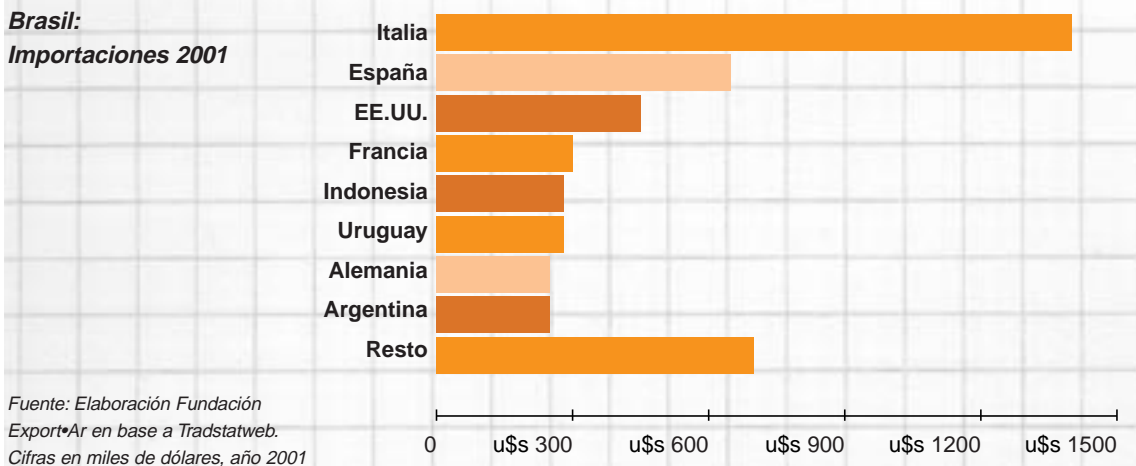


Asimismo, es recomendable visitar la página web del Código Federal de Regulaciones de los Estados Unidos en el cual se establecen las definiciones y descripciones de muebles, sus componentes (partes y calidades) y estilo, y las normas que establecen los grados de inflamabilidad de telas. Web: [www.access.gpo.gov/nara/cfr/index.html](http://www.access.gpo.gov/nara/cfr/index.html)

**Brasil**, un mercado tradicional para las exportaciones argentinas de muebles de madera, importó en el 2001 cerca de 5 millones de dólares, principalmente desde Italia (30%) y España (15%). Las exportaciones argentinas hacia Brasil de estos productos se han reducido significativamente en los últimos años (ver Cuadro N° 2) con una caída del 81% entre 1997 y 2001. Actualmente, las importaciones brasileñas desde Argentina de estos productos no superan el 5% del total importado por ese país.

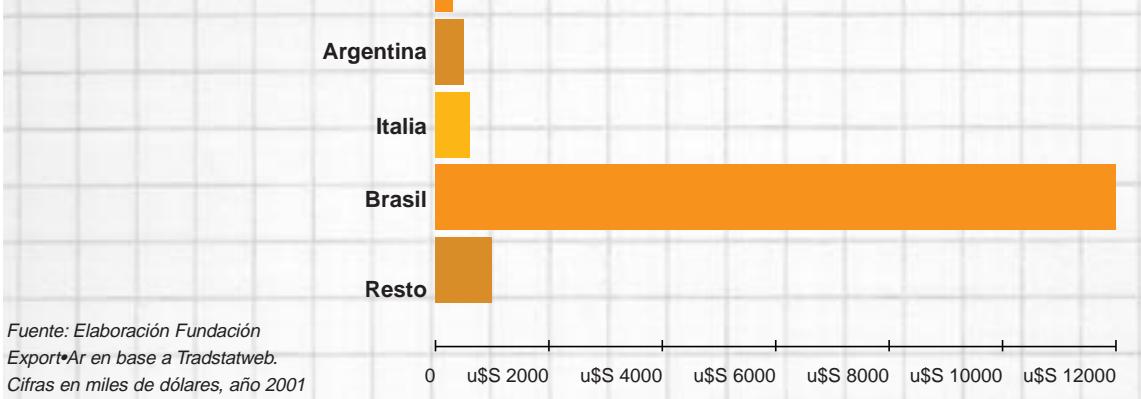
Gráfico N° 9

Brasil:  
Importaciones 2001



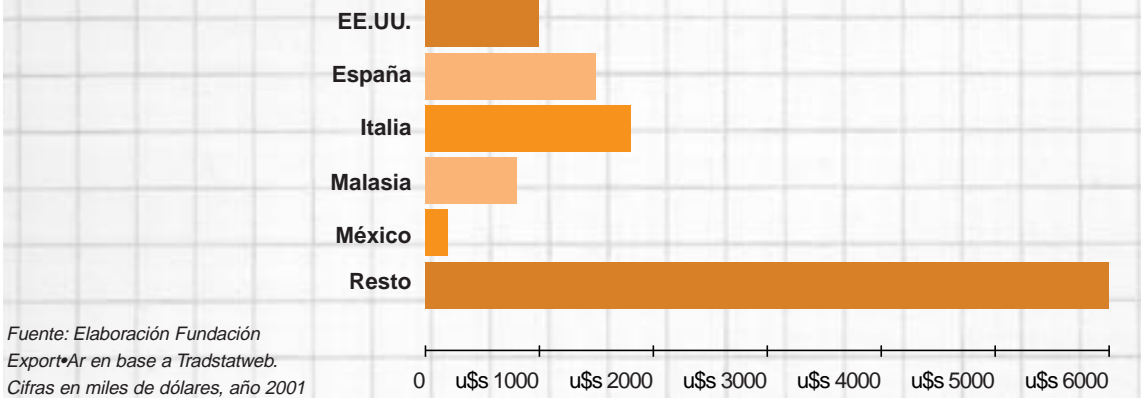
**Uruguay**, otro tradicional mercado para las exportaciones argentinas, importó en el 2001 unos 15,7 millones de dólares, provenientes desde Brasil en un 80%, seguidos por Italia (4%), Argentina (3,7%) y España (2,8%). Al igual que lo sucedido con Brasil, las exportaciones hacia Uruguay de muebles de madera han disminuido sustancialmente, con una caída en el flujo de ventas hacia ese mercado cercana al 50% entre 1997 y 2001.

**Gráfico N° 10**  
**Uruguay:**  
**Importaciones 2001**



**Chile** importó unos 16 millones de dólares de muebles de madera durante el año 2001, siendo sus principales proveedores Brasil (29%), Italia (10%), España (9%) y EE.UU. (7%). En el 2001, las importaciones chilenas desde Argentina de muebles de madera fueron muy poco significantes.

**Gráfico N° 11**  
**Chile:**  
**Importaciones 2001**



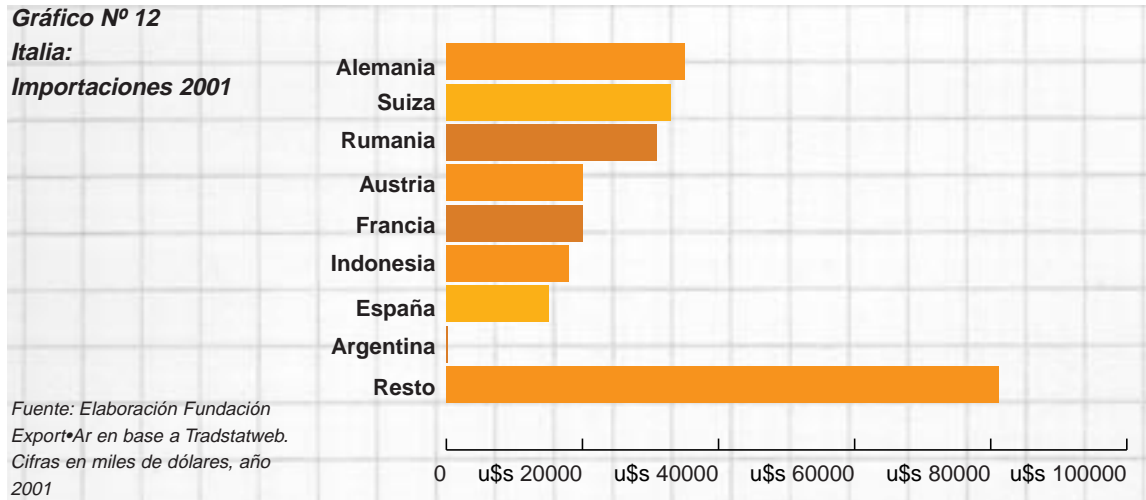
Si bien Brasil, Uruguay y Chile no son grandes importadores mundiales de muebles de madera, presentan importantes oportunidades para los productos argentinos en el marco del MERCOSUR, especialmente porque representan un porcentaje importante en el flujo de las exportaciones argentinas.

El arancel que deben abonar estos productos argentinos es 0% para Brasil y Uruguay, y en el caso de Chile, estos productos tributan un arancel del 7%, teniendo las NCM 9403.30 y 9403.40 un régimen preferencial para Argentina de un 60% de rebaja, que genera un derecho ad-valorem resultante del 2,8% para las mismas.

**Italia** ha sido el principal mercado europeo para las exportaciones argentinas, aunque las ventas hacia ese mercado son de unos 500.000 dólares y explican sólo el 0,20% de

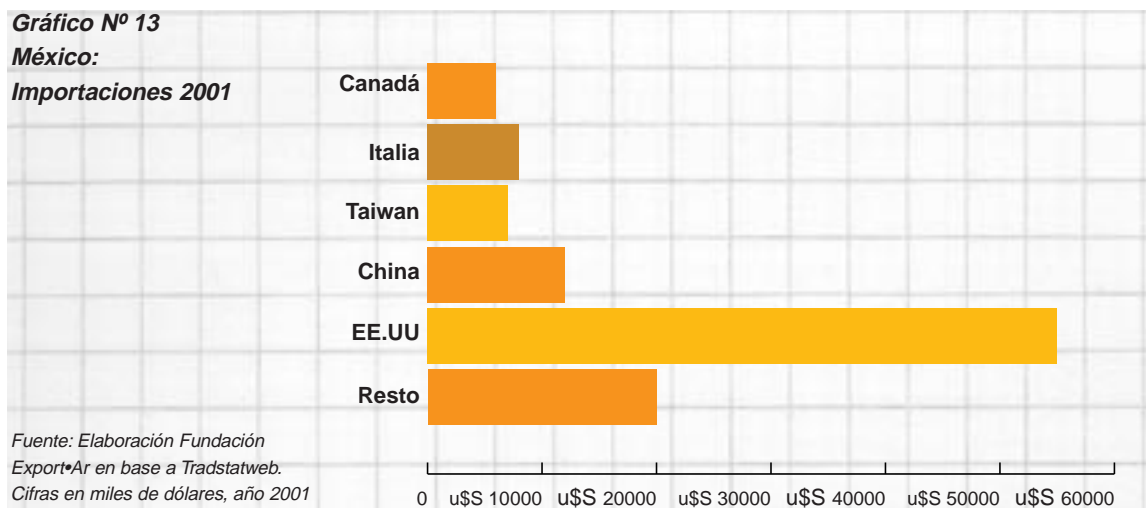


las importaciones italianas de muebles de madera. Las compras desde Alemania, Suiza, Rumania, Austria y Francia explican el 55% de las importaciones de este importante importador mundial.



Si bien **México** no ha sido un importador importante de muebles argentinos en años anteriores, en el 2001 se transformó en el quinto receptor de las exportaciones argentinas, absorbiendo el 3,74% de las exportaciones de muebles de madera.

Durante el 2001, México importó U\$S 115 millones en muebles de madera, siendo sus principales proveedores EE.UU.(48% del total), seguido por China (11%), Italia (7,50 %) y Taiwan (6%) y Canadá (5%)



Estos productos tributan un arancel del 25% para ingresar a México, sin preferencias para Argentina. Comparativamente, los mismos productos producidos en Chile y Uruguay no pagan arancel, mientras que los originados en la Unión Europea tributan el 7% de arancel.

## Conclusiones

Del análisis realizado, en el que se presentaron las exportaciones argentinas hacia el mundo de muebles de madera y las importaciones de los principales países importadores de ese producto, surge la conclusión que si bien los principales destinos de exportación de muebles de madera para la República Argentina han sido en el 2001 EE.UU., Uruguay, México, Italia y Chile, al desagregar el sector de acuerdo al rubro específico (muebles de madera para cocinas, para dormitorios, para oficinas y los demás muebles de madera) se observa que la participación de las ventas argentinas en el flujo total de importaciones para cada uno de esos países es poco significativa.

Asimismo el monto total exportado apenas supera los 8 millones de dólares - siendo las exportaciones de muebles de madera del tipo de los utilizados en dormitorios y la partida bolsa "los demás muebles de madera" los que más contribuyen a este total- lo que permite vislumbrar el gran potencial para los productores argentinos.

### Elaboración: Lic. Pablo Sismanian

Base de Datos: Tradstabweb, Infojust y CEI

Fuente: Embajada en Chile, México y Uruguay.



# Análisis de factibilidad para el incremento de las exportaciones argentinas a México.

Con motivo de la visita a la Cumbre del Mercosur del Sr. Presidente de México, D. Vicente Fox Quesada, y en el marco del Seminario "Oportunidades de Negocios Argentina-México", Fundación Export•Ar presentó el trabajo que se expone a continuación en el cual se analiza la evolución reciente del intercambio comercial argentino-mexicano, sus principales características y la factibilidad de incrementar las exportaciones argentinas a México.

Cabe destacar que este trabajo complementa las acciones que Fundación Export•Ar desarrollará en forma conjunta con BancoMext de México en virtud del Convenio de Cooperación firmado entre ambas instituciones y que complementan las acciones que desarrollarán ambos países a través del Consejo Bilateral de Comercio e Inversión Argentina-México conformado por la Cancillería Argentina y la Secretaría de Comercio Exterior de México

## 1. Aspectos Generales

México tiene una población de 97 millones de habitantes con un PBI per capita de US\$ 5.100 y una economía dinámica que concentra la mayor parte de su PBI en servicios (68%) e industria (27%) y el 5% en el sector agrícola (*según estadísticas año 2000 de CIA-The World Factbook*).

En la actualidad México presenta una privilegiada posición en el comercio internacional, situación propiciada por el establecimiento de acuerdos de libre comercio con dos de los más relevantes actores comerciales a nivel mundial: con los Estados Unidos y Canadá integran-

do el NAFTA y con la Unión Europea mediante la implementación del Acuerdo de Libre Comercio entre los Estados Unidos de México y la Unión Europea, por el cual se estipula la liberalización del 96% del comercio bilateral para más tardar el año 2007.

En este sentido, durante el año 2000 el comercio bilateral mexicano se ha concentrado con Estados Unidos en un 80% y con los miembros de la Unión Europea en un 6%, esperándose que en el corto plazo la participación de la Unión Europea en la balanza comercial llegue a cifras similares a las de 1993 cuando representaba un 9%.

De este modo se puede observar una correlación entre la implementación de una estrategia de firma de acuerdos preferenciales y la conformación de la balanza comercial mexicana. Asimismo, México posee importantes relaciones comerciales no formalizadas en acuerdos de libre comercio con países del bloque asiático, como ser Japón (representa 2,2% de la balanza comercial mexicana), China y Taiwán.

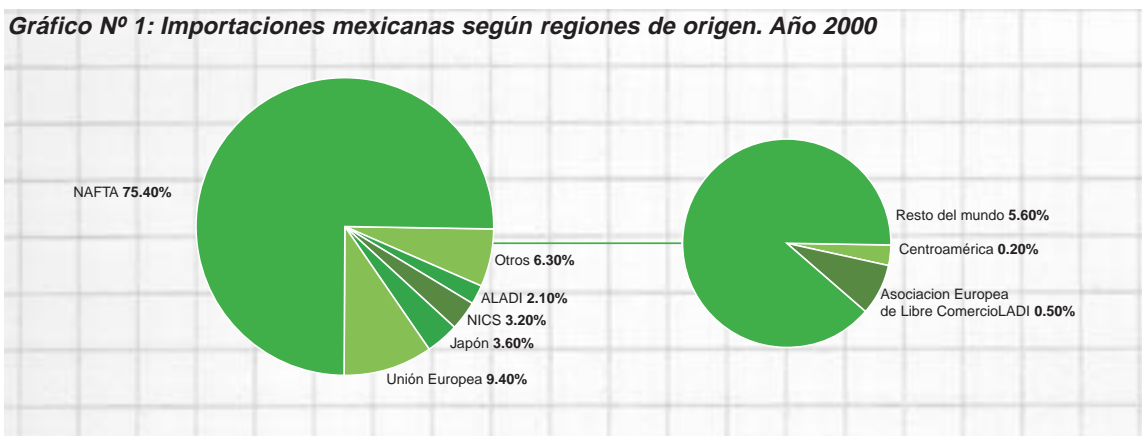
En lo que respecta a su comercio con América Latina, México ha procurado privilegiar sus relaciones comerciales mediante el establecimiento de preferencias arancelarias con los países de América Central instrumentándolo con la firma de diversos Acuerdos de Libre Comercio con Costa Rica, Nicaragua y el denominado Triángulo del Norte (El Salvador, Guatemala y Honduras), como así también con los miembros del Grupo de los Tres (Colombia y Venezuela) y con Brasil y Chile.

Por lo anteriormente señalado, México se ha consolidado como un importante actor económico con exportaciones por U\$S 136.391 millones e importaciones por U\$S 141.975 millones (*según est. 1999 del F.M.I. Yearbook*) siendo su participación en el comercio mundial superior a la de España , de Corea del Sur y triplicando la participación de Brasil en el comercio mundial, a pesar de ser ésta la principal economía de América Latina.

Asimismo, en su estrategia de desarrollo comercial México espera jugar un importante rol en su posición privilegiada como enlace entre los países desarrollados y los países en vías de desarrollo de América Latina.

## 2. Estructura de las Importaciones de México

Como muestra el Gráfico N° 1, las importaciones de México, analizadas de acuerdo a los países de origen, muestran un alto nivel de concentración respecto a los países integrantes del NAFTA, con el 75,40 % de sus importaciones totales, seguido por la Unión Europea con una participación del 9,40 % y en menor medida Japón con 3,60 % y los denominados NICS (Corea, Taiwan, Hong Kong, Singapur) con el 3,20 %



Fuente: Elaboración Fundación Export•Ar en base a DataIntal  
 \*NICS: Corea, Taiwan, Hong Kong, Singapur  
 \*\*Asoc. Europea de Libre Com.: Islandia, Noruega, Suiza

Cabe destacar que estas importaciones se dan, en su mayor parte, en el marco de acuerdos de libre comercio o preferencias arancelarias, como es el caso de aquellas provenientes de los Estados Unidos, que tributan un bajo arancel en el marco del Tratado de Libre Comercio de América del Norte (NAFTA), como así también la Unión Europea, que tiene una importante desgravación arancelaria, que en muchos de los productos llega al 100% de preferencia – en virtud del Tratado de Libre Comercio México-Unión Europea.

Asimismo, prácticamente para todos los productos, Chile tiene preferencia arancelaria del 100%, lo que le permite ingresar al mercado mexicano sin aranceles.

Del análisis de las importaciones de México durante el año 2000 puede observarse que más del 90 % de las compras externas de este país se concentran en los 35 primeros capítulos importados (Clasificados de acuerdo al Nomenclador Arancelario), las cuales son cubiertas con productos argentinos en sólo el 0,11%, en tanto que los restantes 62 Capítulos representan el 8,8 % de las importaciones de México, con una participación de las importaciones provenientes del Argentina del 0,51 %. (Cuadro N° 1)

## Cuadro N° 1

## Importaciones de México

Año 2000 (en miles de dólares)

PRODUCTOS POR CAPITULOS	Importado Desde el Mundo	Importado desde Argentina	*Participación
85-Máquinas, aparatos y material eléctrico y sus partes; aparatos de grabación o de reproducción de sonido y de imágenes y sonido en televisión; partes y accesorios	46,262,285	2,536	0.01
84-Reactores nucleares, calderas, máquinas y artefactos mecánicos; partes	25,339,226	17,276	0.07
87-Vehículos automóbiles, tractores, ciclos y demás vehículos terrestres; sus partes y accesorios	17,141,564	45,613	0.27
39-Plástico y sus manufacturas	10,443,318	7,163	0.07
27-Combustibles, aceites minerales y productos de su destilación.	5,240,437	64	0.00
73-Manufacturas de fundición, de hierro o acero	5,026,807	18,190	0.36
90-Instrumentos y aparatos de óptica, fotografía o cinematografía; instrumentos y aparatos medicoquirúrgicos; partes y accesorios.	4,532,278	4,140	0.09
29-Productos químicos orgánicos	3,763,270	12,314	0.33
48-Papel y cartón; manufacturas de pasta de celulosa, de papel o de cartón.	3,599,379	2,201	0.06
72-Fundición hierro y acero	3,557,994	831	0.02
40-Caucho y sus manufacturas	2,502,200	44	0.00
76-Aluminio y sus manufacturas	2,073,040	539	0.03
61-Prendas y complementos de vestir, de punto	1,896,031	394	0.02
52-Algodón	1,734,714	649	0.04
38-Productos de industrias químicas	1,590,200	1,913	0.12
74-Cobre y sus manufacturas de cobre	1,587,372	185	0.01
02-Carne y despojos comestibles	1,576,390	0	0.00
62-Prendas y complementos (accesorios), de vestir, excepto los de punto	1,575,781	44	0.00
83-Manufacturas diversas de metal común	1,542,247	568	0.04
10-Cereales	1,510,942	65	0.00
94-Muebles; mobiliario medicoquirúrgico	1,378,491	526	0.04
54-Filamentos sintéticos o artificiales	1,322,057	235	0.02
12-Semillas y frutos oleaginosos; semillas y frutos diversos; plantas industriales o medicinales; paja y forrajes	1,286,799	9,276	0.72
30-Productos farmacéuticos	1,012,992	12,978	1.28
32-Extractos curtientes o tintóreos; taninos y sus derivados, pigmentos y demás materias colorantes, pinturas y barnices; mástiques, tintas.	1,008,159	9,448	0.94
70-Vidrio y sus manufacturas	911,458	40	0.00
71-Perlas finas (naturales) o cultivadas, piedras preciosas; metales preciosos, bisutería, monedas.	905,792	15	0.00
44-Madera, carbón vegetal y manufacturas maderas	825,764	1,657	0.20
41-Pieles (excepto la peletería) y cueros	818,941	7,799	0.95
28-Productos químicos inorgánicos; compuestos inorgánicos u orgánicos de los metales preciosos, de los elementos radioactivos, de metales de las tierras raras o de isótopos.	805,707	1,305	0.16
82-Herramientas y útiles, artículos de cuchillería y cubiertos de mesa, de metal común; Partes de estos artículos, de metal común.	803,603	1,667	0.21
49-Productos editoriales de la prensa	720,576	9,695	1.35
55-Fibras sintéticas o artificiales	699,265	6	0.00
58-Tejidos especiales; superficies textiles	674,716	27	0.00
95-Juguetes, juegos para recreo o deporte; sus partes y accesorios	652,334	244	0.04
Principales 35 capítulos importados por México	156,322,129	169,647	0.11
Restantes 62 capítulos	13,793,651	74,564	0.51
<b>Total</b>	<b>170,115,780</b>	<b>244,211</b>	<b>0.14</b>

Fuente: Elaborado por Fundación Export•Ar en Base a Dataintal e Infojust

\* Participación de las importaciones provenientes de Argentina respecto a las importaciones totales de México

### 3. Relaciones Comerciales Argentina-México

#### Comercio Bilateral

El intercambio comercial argentino-mexicano, se mantiene actualmente en niveles aún poco significativos, vis-á-vis el comercio total de estos países y a pesar del crecimiento observado en el mismo durante el período 1992-2001. Durante este período el comercio bilateral creció a una tasa acumulativa promedio anual del 8 %, alcanzando en el último año un valor de U\$S 878,3 millones, representando el valor más alto de los últimos 10 años y arrojando un superavit comercial para Argentina de U\$S 43,53 millones.

#### Cuadro N° 2

##### Balanza Comercial Argentina-México

(en millones de U\$S)

	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001
Exportac.	234,45	219,39	273,67	144,38	248,21	203,72	263,84	288,26	247,40	460,92
Importac.	207,13	237,06	266,77	376,42	541,00	608,93	606,51	491,19	480,00	417,38
Com. Total	441,59	456,46	540,44	520,80	789,21	812,65	870,35	779,45	727,40	878,3
<b>Saldo</b>	<b>27,32</b>	<b>-17,67</b>	<b>6,90</b>	<b>-232,04</b>	<b>-292,79</b>	<b>-405,22</b>	<b>-342,67</b>	<b>-202,93</b>	<b>-232,60</b>	<b>43,54</b>

Fuente: Elaboración Fundación Export\*Ar en base a Inegi

La ventas externas argentinas hacia el mercado mexicano experimentaron un crecimiento del 86,3 % en el año 2001, alcanzando el mayor valor de los últimos diez años. Las mismas representan el 1,8 % de las exportaciones argentinas totales .

#### Cuadro N°3

##### Exportaciones Argentinas (en millones de U\$S)

Exportaciones Argentinas	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001
a México	144,38	248,21	203,72	263,84	288,26	247,40	460,92
al mundo	20.963,11	23.810,72	25.515,04	25.948,0	23.318,0	24.853,2	25,284,61
Participación	0,69%	1,04%	0,80%	1,02%	1,27%	0,99%	1,8%

Fuente: Elaboración Fundación Export\*Ar en base a Inegi/ Administración Nacional de Aduanas

#### 4. Análisis de Factibilidad: Exportaciones argentinas con alta participación del mercado mexicano

Analizando la composición de las exportaciones argentinas hacia México puede observarse la existencia de sectores en los cuales el mercado mexicano tiene una importante participación dentro de las exportaciones totales de Argentina, tales como: Autos; Pieles y Cueros; Productos Lácteos (especialmente leche en polvo y quesos); Máquinas y artefactos mecánicos; Manufacturas de fundición de hierro y acero; Productos farmacéuticos y Aceites esenciales y resinoides, entre otros (Cuadro N°4).

En virtud del alto posicionamiento de estos sectores, resulta recomendable incentivar una política de expansión y maduración de estos flujos comerciales.

#### Cuadro N° 4

##### Exportaciones Argentinas con alta participación del Mercado Mexicano

(en miles de dólares)

Capítulo/Productos	Año 2000	Año 2001	Variación 2001/2000	Participación*
87 autos, tractores, otros vehiculos	134,964	167,340	24%	8,6%
41 pieles y cueros	15,981	56,750	255%	7,2%
4 productos lacteos	17,756	50,501	184%	14,6%
84 calderas, maq. y artef. mecanicos	20,848	24,297	17%	3,1%
73 manufact. de fundic. de hierro o acero	20,034	18,623	-7%	3,5%
30 productos farmaceuticos	10,680	15,608	46%	5,1%
33 aceites esenciales y resinoides	9,210	15,070	64%	7,5%
18 cacao y sus preparados	13,529	13,444	-1%	16,4%
49 prod. editoriales y de la indust.grafica	9,792	11,112	13%	1,3%
39 plasticos y sus manufacturas	6,226	7,812	25%	13,5%
37 prod. fotográficos y cinematograficos	7,426	7,479	1%	2,1%
76 aluminio y sus manufacturas	312	6,848	2,095%	4,5%

Fuente: Elaboración Fundación Export\*Ar en Base a Infojust

\* Promedio Participación de las exportaciones argentinas hacia México sobre el total exportado en el año 2001 en cada capítulo

Asimismo, analizando las exportaciones totales argentinas y las importaciones totales de México puede observarse que existen sectores en los cuales podría darse un complementación entre la oferta y demanda de ambos países, incrementando flujos comerciales que hasta el presente presentan valores poco significativos. En el caso de estos sectores debería evaluarse la posibilidad de adecuar e incrementar la oferta exportable Argentina a fin de ganar mayor participación en el mercado mexicano.

A modo de síntesis el Cuadro N° 5 resume aquellos sectores con alta demanda por parte de México, en los cuales Argentina presenta asimismo un significativo valor anual de exportación.

#### Cuadro N° 5

##### Sectores con alta demanda de México y alta oferta Argentina

Base año 2000, en miles de dólares

PRODUCTOS POR CAPITULOS	Importaciones totales de México	Exportaciones totales de Argentina	Exportaciones de Argentina a México
84-calderas, maquinas y atef. Mecanicos	25,339,226	807,033	20,848
85-maquinas aparatos y material electrico	46,262,285	290,519	2,603
39-plastico y sus manufacturas	10,443,318	516,481	6,226
27-combustibles minerales	5,240,437	4,678,908	34
29-productos quimicos organicos	3,763,270	292,304	4,650
76-aluminio y sus manufacturas	2,073,040	397,871	312
02-carne y despojos comestibles	1,576,390	566,944	3
10-cereales	1,510,942	2,414,247	40
30-productos farmaceuticos	1,012,992	290,210	10,680
73 manufact. De fundic. De hierro o acero	422,103	463,636	20,034
38 prod diversos indust. Quimica	185,916	212,490	1,536
48 papel y carton	151,914	171,323	1,900

Fuente: Elaboración Fundación Export\*Ar en base a Dataintal e Infojust

### 3.1 Análisis desagregado por capítulos

En el capítulo 84 (reactores nucleares, calderas, máquinas y artefactos mecánicos, partes de estas máquinas y artefactos) se observa que para los siguientes productos importados por México, Argentina presenta una importante oferta exportable:

- 8408**-motores de émbolo (pistón) de compresión (motores diesel);
- 8409**-partes identificables de motores;
- 8421**-centrifugadoras incluidas las secadoras centrífugas;
- 8422**-máquinas para lavar vajilla; máquinas y aparatos para; limpiar o secar;
- 8482**-rodamientos de bolas de rodillos o de agujas;
- 8477**-máquinas y aparatos para trabajar caucho o plástico;
- 8428**-las demás máquinas y aparatos de elevación, carga, descarga o manipulación (por ejemplo: ascensores, escaleras mecánicas, transportadores, teleféricos).
- 8481**-artículos de grifería y órganos similares para tuberías, calderas, depósitos, cubas o continentes similares, incluidas las válvulas reductoras de presión y las válvulas termostáticas.

De ellos, Argentina exporta a México en forma significativa: máquinas y aparatos para trabajar caucho o plástico y máquinas para lavar vajilla; máquinas y aparatos para limpiar o secar.

En el capítulo 85 (máquinas, aparatos y material eléctrico y sus partes), los productos que presentan posibilidades de exportación para Argentina son:

- 8511**-aparatos y dispositivos eléctricos de encendido o de arranque;
- 8536**-aparatos para corte seccionamiento protección derivación empalme;
- 8524**-discos cintas y demás soportes para grabar sonido o grabaciones;
- 8543**-máquinas y aparatos eléctricos con función

propia, no expresados ni comprendidos en otra parte de este capítulo.

- 8538**-partes identificables como destinadas, exclusiva o principalmente, a los aparatos de las partidas N° 85.35, 85.36 u 85.37.

En este caso, la demanda mexicana es abastecida en un 75% por EE.UU.

Con respecto al capítulo 39 (plásticos y sus manufacturas), el 89% de la demanda mexicana es cubierta por productos americanos. En cuanto a la oferta argentina, la misma se integra con los siguientes productos:

- 3920**-las demás placas laminas hojas y tiras de plástico no celular;
- 3917**-tubos y accesorios de tubería (por ejemplo: juntas codos empalmes);
- 3926**-las demás manufacturas de plástico y manufacturas de las demás materia;

En lo que respecta al Capítulo 29 (Productos Químicos Orgánicos) al igual que en los capítulos precedentes se puede observar una significativa concentración de las importaciones mexicanas procedentes de los Estados Unidos (59%).

Del análisis desagregado de este Capítulo se puede observar una importante demanda de productos mexicanos y una importante oferta exportable argentina en los productos:

- 2917**-ácidos policarboxílicos y anhídridos halogenuros peróxidos
- 2918**-ácidos carboxílicos con funciones oxigenadas suplementarias y sus anhídridos, halogenuros, peróxidos y peroxiacidos; sus derivados halogenados, sulfonados, nitrados o nitrosados
- 2922**-compuestos animados con funciones oxigenadas
- 2935**-sulfonamidas

Si bien las exportaciones argentinas a



México de estos productos son prácticamente nulas, se ha podido observar un importante desempeño de las exportaciones Argentinas a México en ácidos carboxílicos acíclicos con funciones oxigenadas suplementarias (2918).

En lo que respecta al Capítulo 76 (Aluminio y sus manufacturas) se observa una significativa preponderancia de los productos de origen estadounidense (81%). Referente al desempeño de los productos argentinos, aunque se puede observar una importante oferta exportable, la participación de los mismos en el mercado mexicano es baja, exportando sólo 312 mil dólares en contraste con una oferta exportable argentina superior 350 millones de dólares.

A modo de ejemplo, en lo que se refiere al producto 7601 (aluminio en bruto) las importaciones mexicanas constituyen 388 millones siendo la oferta exportable argentina de 311 millones de dólares, mientras que la exportación argentina a México en este producto es nula. En igual sentido podemos encontrar en este capítulo los productos 7608 (tubos de aluminio) y 7612 (Depósitos, barriles, tambores, bidones, botes, cajas y recipientes).

En lo que respecta al Capítulo 02 (Carne y despojos comestibles), pese a la alta oferta exportable argentina y a la importante demanda mexicana, México restringe el acceso de carnes bovinas por razones sanitarias (aftosa). En este sentido, México ha sostenido tradicionalmente la tesis de "riesgo cero" con respecto a la fiebre aftosa. En virtud de esta posición, las carnes argentinas no ingresan al mercado local desde

hace décadas, ni siquiera cuando ostentaba status de libre de fiebre aftosa con y luego sin vacunación (en el último caso, hubo gestiones avanzadas para lograr la apertura durante el año 2000).

En cuanto al Capítulo 10 (Cereales) al igual que en el capítulo 02 (Carne y despojos comestibles) la importación de cereales se encuentran concentradas en un 90% por los Estados Unidos y en un 9% por Canadá. Durante el año 2000 las exportaciones argentinas a México en este Capítulo ascendieron a 40 mil dólares siendo la oferta exportable mayor a los 2 mil millones de dólares. Ello se debe a que la República Argentina tiene especiales dificultades para competir con productos agrícolas provenientes de los Estados Unidos los cuales no sólo poseen bajo arancel sino también se encuentran subsidiados.

El arancel promedio de los citados productos registra un rango ubicado entre el 10 y el 20% ad-valorem registrando algunos productos de relevancia para la salud pública el 0% teniendo, Argentina, en el marco del Acuerdo PAR N° 4 una preferencia arancelaria regional del 20%. En contraste con Chile que cuenta con un arancel del 0% y la Unión Europea que tiene un arancel que va del 0% al 8% como máximo según el producto.

## Cuadro N° 6

Análisis desagregado por capítulos Base año 2000 , en miles de dólares

PRODUCTOS POR CAPITULOS	Importaciones totales de México	Exportaciones totales de Argentina	Exportaciones de Argentina a México
<b>CAPÍTULO 84: REACTORES NUCLEARES, CALDERAS, MÁQUINAS, APARATOS Y ARTEFACTOS MECÁNICOS;</b>			
<b>PARTES DE ESTAS MÁQUINAS O APARATOS</b>			
<b>8408</b> -motores de émbolo (piston) de compresión (motores diesel)	1,213,339	103,410	378
<b>8409</b> -partes identificables	1,317,897	83,839	2,772
<b>8421</b> -centrifugadoras incluidas las secadoras centrífugas;	964,562	71,455	1,018
<b>8422</b> -máquinas para lavar vajilla; máquinas y aparatos para limpiar o secar	385,793	32,882	2,332
<b>8428</b> -las demas máquinas y aparatos de elevacion carga descarga	331,327	10,285	2,000
<b>8477</b> -máquinas y aparatos para trabajar caucho o plástico	683,757	15,870	2555
<b>8481</b> -artículos de griferia y órganos similares para tubería y calderas	1,021,015	46,672	2451
<b>Total</b>	<b>25,339,226</b>	<b>807,033</b>	<b>20,848</b>
<b>CAPÍTULO 85: MÁQUINAS, APARATOS Y MATERIAL ELÉCTRICO Y SUS PARTES; APARATOS DE GRABACIÓN O REPRODUCCIÓN DE SONIDO, APARATOS DE GRABACIÓN O REPRODUCCIÓN DE IMAGEN Y SONIDO DE TELEVISIÓN, Y LAS PARTES Y ACCESORIOS DE ESTOS APARATOS</b>			
<b>8511</b> -aparatos y dispositivos eléctricos de encendido o de arranque	537,373	27,162	448
<b>8524</b> -discos cintas y demas soportes para grabar Sonido o grabaciones	421,190	17,766	809
<b>8536</b> -aparatos para corte seccionamiento proteccion. Derivación empalme o confeccion de circuitos electricos para una tension inferior o igual a 1.000 voltios	3,570,839	21,263	424
<b>8538</b> -partes identificables como destinadas exclusiva o Principalmente a los aparatos de las partidas nº 85.35 a 86.37	947,847	3,050	202
<b>8543</b> -máquinas y aparatos eléctricos con función propia no expresados	385,321	10,432	160
<b>Total</b>	<b>46,262,285</b>	<b>290,519</b>	<b>2,603</b>
<b>CAPÍTULO 39: PLÁSTICO Y SUS MANUFACTURAS, CAUCHO Y SUS MANUFACTURAS</b>			
<b>3917</b> -tubos y accesorios de tubería (por ejemplo: Juntas codos empalmes	549,569	16,468	1,510
<b>3920</b> -las demás placas láminas hojas y tiras de plástico no celular	731,719	50,766	3,561
<b>3926</b> -las demás manufacturas de plástico y manufacturas de las demás materia	3,251,572	14,133	331
<b>Total</b>	<b>1,044,3318</b>	<b>516,481</b>	<b>6,226</b>
<b>CAPÍTULO 29: PRODUCTOS QUÍMICOS ORGÁNICOS</b>			
<b>2917</b> -ácidos policarboxílicos sus anhídridos halogenuros peróxidos	52,458	11,958	712
<b>2918</b> -ácidos carboxílicos con funciones oxigenadas suplementarias	157,503	30,436	2,087
<b>2922</b> -compuestos aminados con funciones oxigenadas.	105,558	5,660	686
<b>2923</b> -sales e hidroxidos de amonio cuaternario; lecitinas y demas fosfoamino	11,817	2,851	
<b>2935</b> -sulfonamidas.	25,029	670	503
<b>Total</b>	<b>3,763,270</b>	<b>292,304</b>	<b>4,650</b>

Fuente: Elaboración Fundación Export\*Ar en base a datos de DataIntal

## 5. Consideraciones Finales

A grandes rasgos y en lo que respecta al análisis del comercio bilateral entre la República Argentina y México se puede observar una significativa complementariedad entre los productos importados por México y los exportados por la República Argentina.

En lo que se refiere al análisis del comercio exterior la inserción de los mismos en el mercado mexicano se vio dificultada por la firma de Acuerdos de Libre Comercio con Estados Unidos y Canadá en 1994 y con la Unión Europea, Israel, El Salvador, Honduras y Guatemala en el 2000, que le permitieron experimentar un importante crecimiento el cual alcanzó durante el 2000, el 7,1% del PBI mexicano.

Producto del desarrollo de una estrategia de firma de acuerdos comerciales en forma selectiva México cuenta entre sus mayores socios comerciales a los países del NAFTA, la Unión Europea (principalmente Alemania e Italia) y Asia (Japón, Corea del Sur, China y Taiwan, entre otros).

En lo que respecta al análisis por producto, se puede tomar como ejemplo el capítulo correspondiente a máquinas, aparatos y material eléctrico (Cuadro N°, 5 Capítulo 85). El arancel de importación para las distintas posiciones arancelarias se ubica entre el 13% y 18% ad-valorem, teniendo nuestro país una preferencia arancelaria regional (PAR 4) del 20%. En contraste, Chile cuenta con una preferencia arancelaria del 100%, los miembros del TLC de América del Norte tienen un arancel promedio del 1,5% y el TLC con la Unión Europea un arancel promedio del 7%.

En cuanto al sector primario en donde la República posee una importante oferta exportable y competitividad en sus productos, se han registrado dificultades para competir con productos primarios provenientes principalmente de los Estados Unidos los cuales poseen un bajo nivel arancelario.

Con el fin de superar lo anteriormente señalado, la República Argentina ha procurado establecer instrumentos que faciliten la inserción de productos argentinos al mercado mexicano, en este sentido merece destacarse la suscripción del Acuerdo de Complementación Económica Nro. 6 y sus protocolos adicionales, así como también la posibilidad de establecer un Acuerdo México-MERCOSUR.

**Elaboración:**  
**Lic. Sergio Rey**  
**Lic. Pablo Sismanian**  
**Lic. Javier González Ojeda**

*Fuente: México: Situación y Perspectiva de Mercado, Fundación ExportAr. Base de datos Dataintal*

*En esta sección se presentará un resumen de las principales características de los mecanismos de Promoción de Exportaciones vigentes en Argentina. Su conocimiento permitirá al empresario PyME identificar los beneficios existentes en materia de Reintegro, Draw-Back, Admisión Temporal y demás Regímenes que serán presentados en las próximas ediciones del Informe Fundación Export.Ar.*

*Actualización: Sr. Rubén Pérez según información suministrada por la Dirección de Promoción de las Exportaciones; Subsecretaría de Política y Gestión Comercial del Ministerio de la Producción. La misma se encuentra sujeta a cambio por actualización.*

## REINTEGROS A LA EXPORTACION

### **Síntesis conceptual:**

El Régimen de Reintegro establecido por el Decreto N° 1011/91 consiste en la devolución total o parcial de los tributos interiores que se hubieran pagado en las distintas etapas de producción y comercialización de las mercaderías a exportar manufacturadas en el país, nuevas y sin uso.

### **Normativa legal:**

*Decreto N° 1011/91(BO 31/05/91)*

*Decreto N° 2275/94. (BO 30/12/94)*

*Decreto N° 690/2002*

*Aclaración: las resoluciones han ido perdido vigencia, el Decreto N° 690/2002 es la norma vigente en la actualidad.*

*Resolución M.E.O.S.P N° 1239/92 (BO 30/10/92)*

*Resolución M.E.O.S.P N° 310/95.(BO 20/03/95)*

*Decreto 998/95 (BO 29/12/95)*

*Resolución M.E.O.S.P N° 32/96 (BO 28/08/96)*

*Resolución M.E.O.S.P N° 420/99 (BO 14/04/99)*

*Resolución M.E.O.S.P N° 967/99 (BO 06/08/99)*

*Resolución ME N° 257/2000 (BO 10/04/00)*

*Resolución ME N° 1044/2000*

*Resolución ME N° 220/2001*

*Resolución ME N° 470/2001.*

### **Definición:**

Es un régimen de promoción de exportaciones por el cual se restituyen los tributos que se hubieran pagado en las distintas etapas de producción y comercialización de un bien exportable, contribuyendo a mejorar la competitividad de nuestros productos en el exterior.

### **Beneficio:**

El Ministerio de Economía conjuntamente con el Ministerio de la Producción están facultados para asignar y modificar las alícuotas de reintegro consistentes en un porcentaje que se aplica sobre el valor FOB de la mercadería a exportar. Esta alícuota se asigna a los productos de acuerdo a la clasificación en la Nomenclatura Común del Mercosur. Si la mercadería se elaboró en base a insumos importados directamente por el exportador, el reintegro se otorgará sobre el Valor Agregado Nacional, es decir que la alícuota será aplicada sobre el valor FOB, una vez deducido el valor CIF de los insumos importados.

Las comisiones, corretajes, etc, relacionados con la exportación no forman parte de la base de cálculo sobre la

cual se liquidan los importes del reintegro.

Los exportadores, en los supuestos de mercaderías exportadas, que por cualquier circunstancia retornen al país, deberán proceder a ingresar -total o parcialmente, según la cantidad retornada- el importe correspondiente al reintegro de tributos que se les hubiera acreditado, condición necesaria para disponer el despacho a plaza de dichas mercaderías.

Las salidas temporarias de mercaderías que luego se conviertan en exportaciones definitivas, darán derecho a los exportadores a gozar del reintegro correspondiente. A estos fines se considerará como fecha de oficialización de la declaración aduanera de exportación para consumo, la del registro de la solicitud correspondiente en sede aduanera.

**Compatibilidades:**

Al ser aplicado sobre el Valor Agregado Nacional, es compatible con el Régimen de Draw-Back.

**Alícuotas:**

Las vigentes varían entre 0% y el 6%

**Liquidación:**

El pago del reintegro lo efectiviza la Dirección General de Aduanas mediante transferencia bancaria, previa presentación de la documentación que acredite el embarque de la mercadería.

## ADMISIÓN TEMPORARIA

**Síntesis conceptual:**

Este régimen, que consiste en una importación temporaria de mercaderías se realciona directamente con la promoción de las exportaciones, debido a que tiene como objetivo la eliminación de aranceles y demás tributos que gravan la importación para consumo, de los insumos o materiales que estén contenidos en un producto a exportar.

Este régimen ha sido modificado por el Decreto 1439/96 que comenzará a regir a partir de su reglamentación excepto en lo relativo a los plazos para la exportación que se establecen según la norma anterior, cuya aplicación aún se encuentra vigente en este punto.

**Garantía**

Se exige a los importadores la constitución de una garantía, que asegura el cumplimiento de lo establecido por el régimen.

Esta garantía representa a los tributos que se exigirían si fuera una importación a consumo y el derecho adicional dispuesto por la norma.

Cumplidas todas las obligaciones emergentes de este régimen se cancela el Despacho de Importación Temporaria, se liberará automáticamente las garantías y devolverá al importador los títulos, documentos o cualquier otro instrumento con los que aquéllas se hubieran constituido.

**Normativa legal:**

Decreto 2284/91 - Art. 33.(BO 01/11/91)

Res. M.E.O.S.P. N° 72 (BO 20/01/92).

Res. modific. M.E.O.S.P. N° 477/93 ( BO 14/05/93).

Res. Reglam. Ex. S.I.C. (To AR) N° 18/92.

(BO 29/01/92)

Res. S.C.e I. N° 18 (BO 19/01/95).

Decreto 1439/96 (BO 16/12/96)

Res: M.E. O.S.P N° 789 (BO 30/06/98)

Res. M.E.O.S.P. N °1113/98 (BO 11/09/98)

### **Mercaderías susceptibles de importarse temporariamente:**

Todas aquellas que después de un proceso de transformación formen parte de un nuevo producto (que deberá ser exportado a otro país), y los elementos auxiliares de la práctica comercial habitual (envases y embalajes), siempre que se exporten con las respectivas mercaderías.

También existe la posibilidad de exportarlas y exportarlas en el mismo estado, es decir sin que haya sufrido transformación o perfeccionamiento alguno.

### **Beneficiarios:**

Importadores y exportadores inscriptos, que además deberán ser los usuarios directos de la mercadería objeto de la admisión temporaria.

### **Transferencia**

Las mercaderías que se importen bajo este régimen no pueden ser transferidas. El régimen contempla la posibilidad de la exportación por cuneta y orden de un tercero, asimismo permite la entrega de la mercadería para su procesamiento por un tercero, bajo determinadas condiciones. La responsabilidad original y la garantía constituida se mantienen.

### **Plazos de permanencia de la mercadería importada en el país:**

- a) Para mercadería que será objeto de cualquier perfeccionamiento o beneficio:  
Plazo Inicial: 1 año                      Plazo de prórroga: 1 año

b) Para bienes de producción no seriada

(Anexo 1 - Decreto 1439/96).

Plazo Inicial: 2 años

Plazo de prórroga: 1 año

c) Extensión del plazo de prórroga

(desastres naturales, emergencia agropecuaria, incendio y otros):

1 año

### **Inicio del trámite:**

Se inicia con una presentación ante la Dirección General de Aduanas dependiente de la Administración Federal de Ingresos Públicos. Ante la Secretaría de Industria, Comercio y Minería se presenta un formulario de Declaración Jurada de Insumos, Mermas, Sobrantes y Residuos, adjuntando una descripción del proceso productivo.

### **Validez**

A los efectos de poder cancelar la operación ante la Dirección General de Aduanas, deberá obtenerse un Certificado de Tipificación y Clasificación (CTC), el que mantendrá su validez mientras no cambie la relación insumo/producto.

### **Verificaciones:**

Tanto la Secretaría de Industria, Comercio y Minería como la Dirección General de Aduanas están facultadas para efectuar inspecciones y verificaciones con el objeto de comprobar el cumplimiento del régimen.

### **Mermas y otros:**

Las mermas deberán nacionalizarse. Si están dentro de las tolerancias legales o admitidas se considerarán al momento de la importación definitiva o la reexportación.

Las mercaderías totalmente destruidas

por caso fortuito o fuerza mayor están exentas de los tributos que gravan a la importación.

Los residuos resultantes que tengan valor comercial están sujetos al pago de tributos de importación (este concepto está incluido en el concepto de merma).

***Incumplimientos:***

Las mercaderías importadas temporalmente, que fueren exportadas para consumo dentro del plazo autorizado sin haber sido objeto del perfeccionamiento previsto para el que fueron importadas, no se hallan sujetas al pago de ningún tributo ni multa.

Cuando se autorice la importación para consumo de una mercadería ingresada bajo el presente régimen, debe abonarse, además de los tributos correspondientes a esta destinación vigentes a la fecha del registro de la misma, una suma adicional del 2 % mensual calculada sobre el valor en aduana de la mercadería a esa fecha. Dicha suma se calculará a partir del primer mes computado desde el momento de la importación temporal, cubriendo el período que transcurra hasta tanto se autorice la destinación definitiva de importación.

En ningún caso la misma podrá ser inferior al 12 % de dicho valor en aduana, salvo que dicho valor resultara inferior al que se hubiese determinado para la mercadería a los efectos de su importación temporal, en cuyo caso se tomará en cuenta este último valor.

***Presuntas prácticas desleales o salvaguardia***

Cuando se presenten solicitudes de acogimiento al régimen para perfeccionamiento industrial, respecto de mercaderías objeto de investigaciones por presuntas prácticas desleales o salvaguardias, la Dirección General de Aduanas deberá notificar al solicitante acerca de la existencia de dicha investigación. El solicitante deberá informar a la Secretaría de Industria, Comercio y Minería, las importaciones totales por él efectuadas de las mercaderías objeto de investigación, durante el período inmediato anterior de 18 meses. En caso de adoptarse una medida de salvaguardia, no se dará curso a las solicitudes de acogimiento al régimen.

***Como complemento al régimen de Admisión temporaria:***

Puede consultarse el Decreto 688/2002 acerca del Régimen de Aduana en Factoría (RAF).

Este régimen autoriza el ingreso de materia prima, insumos o bienes de uso con destinación suspensiva y admite la posibilidad de transformación o utilización de los mismos. Permite incorporar la mercadería a depósito de almacenamiento, con la posibilidad de disponer de los componentes importados por un lapso mayor, hasta tanto se interponga la solicitud de destinación definitiva o reexportación

*Aclaración:*

*La reglamentación no ha sido dictada hasta la fecha por la Dirección General de Aduanas.*

## REGIMEN DE *DRAW-BACK*

### **Síntesis conceptual:**

Es un incentivo promocional que permite a los exportadores obtener la restitución de los Derechos de Importación, tasa de Estadística y el Impuesto al Valor Agregado que se han pagado por los insumos importados, luego utilizados en la elaboración del producto exportable (también de sus envases y/o acondicionamientos).

### **Normativa legal:**

*Decreto 177/85*

*Decreto 1012/91 (BO 31/05/91).*

*Resolución N° 177/91.(BO 01/07/91)*

*Decreto N° 2182/91 (BO 01/11/91) .*

*Resolución N° 288/95 (BO 10/03/95).*

*Resolución AFIP N° 221/98 (BO 05/10/98).*

*Resolución MEOSP 1041/99 ( BO 02/09/99)*

*Decreto 313/2000 (BO 17/04/00)*

### **Objetivo específico:**

No exportar impuestos.

### **Beneficiarios / Vigencia:**

Exportador / Importador inscripto. Solo se tendrá en cuenta a las mercaderías importadas directamente por el usuario del *Draw-Back* y que no superen el plazo de 1 año a la fecha de la oficialización del permiso de embarque.

### **Mercaderías:**

Materias primas utilizadas en la elaboración de bienes exportados o sus embalajes; los productos que se incorporen directamente sin transformación al bien exportable. También se contemplan aquellos elementos utilizados para acondicionar o envasar una mercadería que se exportará.

### **Liquidaciones:**

Las liquidaciones por parte de la Dirección General de Aduanas en concepto de *Draw-Back* se efectuarán de acuerdo a la Solicitud de Tipificación presentada por el exportador. En los casos en que la resolución de tipificación reconozca un monto

inferior al cobrado, las diferencias quedarán sujetas al régimen general dispuesto para la devolución de estímulos a la exportación percibidos indebidamente.

### **Solicitud de tipificación:**

La información requerida en la presentación (características de la mercadería a tipificar) y de los componentes importados, están establecidos en la Resolución N° 177/91. Los formularios tipo, tendrán el carácter de Declaración Jurada y deberán ser presentados en original y tres copias. Los datos del formulario deben corresponder a la unidad de la mercadería que se solicita tipificar (Disp. 27/95).

### **Documentación a presentar:**

- *Solicitud de Tipificación (original y 3 copias).*
- *Planilla resumen.*
- *Despachos de importación.*
- *Detalle del proceso de fabricación y mermas.*
- *Indicación del destino final de la mercadería o producto a exportar (extrazona-intrazona).*

### **Devolución del IVA:**

La realiza la Dirección General Impositiva conforme a la normativa dictada en la materia por la Subsecretaría de Finanzas Públicas y la DGI.

### **Organismos intervinientes:**

El Decreto N° 1012/91 establece los organismos intervinientes en el régimen citado

- *Subsecretaría de Política y Gestión Comercial.*
- *Dirección General de Aduanas.*
- *INTI, que evalúa técnicamente la Solicitud de Tipificación.*

### **Actualizaciones:**

Las tipificaciones podrán ser actualizadas por la Secretaría de Industria, Comercio y Minería (de oficio o a pedido de parte) cuando se modifiquen los derechos de importación, estadística o valor CIF.

### **Liquidación y pago:**

A cargo de la Dirección General de Aduanas.



# FERIA DEL SECTOR AUTOPARTISTA PAACE AUTOMECHANIKA MEXICO 2002

Entre el 10 y el 12 de julio de 2002 se realizó en el predio de exposiciones Hipódromo de las Américas de la Ciudad de México, la Feria Internacional "PAACE AUTOMECHANIKA 2002", principal evento que integra a vendedores y compradores del sector Autopartista y afines. La Feria contó con la participación de 400 exhibidores de 20 países que ocuparon 20.000 m<sup>2</sup>.

El objeto de la misma fue presentar las más recientes tecnologías, innovaciones y tendencias a cerca de 16 mil compradores, comerciantes, distribuidores y visitantes internacionales de más de 30 países, haciendo de la PAACE AUTOMECHANIKA MÉXICO una de las más relevantes plataformas para concertar negocios de exportación así como para la búsqueda de socios comerciales.

Por cuarto año consecutivo, PAACE AUTOMECHANIKA MÉXICO mostró ser una exposición de "visita obligada" en la industria del sector autopartista, ofreciendo oportunidades sin igual en materia de inversión, innovación y negocios, con relación al mercado de repuestos, equipamiento especializado, accesorios, productos químicos automotrices así como equipo y

herramientas para talleres y centros de servicio.

## Resultados de la participación Argentina

La Fundación Export•Ar organizó la participación Argentina montando el Pabellón Nacional en el que participaron 37 entidades y empresas argentinas logrando todas ellas importantes contactos y posibilidades de negocios en el evento. En la edición 2002 el Pabellón Argentino ocupó una superficie de 144 m<sup>2</sup>.

Las empresas argentinas participantes en el Pabellón Argentino de PAACE AUTOMECHANIKA 2002 completaron las fichas de evaluación requeridas por la Fundación Export•Ar, informando que durante la feria efectuaron 983 contactos, de los cuales 255 permiten generar expectativas de negocios. Asimismo concretaron operaciones de negocios de exportación por 193.000 dólares durante la feria y proyectan realizar operaciones por U\$S 2.890.000 en futuros negocios.

**Realizado por: Andrés M. Superbi.**

*Fuente: Fundación Export•Ar, Área Ferias Internacionales.*