

CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES

Gerencia de Finanzas

nº consecutivo

21107

684



CATALOGADO

INFORME SOBRE LOS ASPECTOS DEL COMERCIO EXTERIOR

DE PAISES DE EUROPA Y JAPON

(Sobre la base de recuperación secundaria de información)

0.331

0.332

Dr. Ricardo Zoroza

Septiembre de 1976

I N D I C E

PAG.

I - CONSEJERIAS ECONOMICAS Y OFICINAS COMERCIALES DE LA REPUBLICA ARGENTINA EN EL EXTERIOR (EUROPA Y JAPON)	
II - ANALISIS SINTETICO DE MERCADO (En cada caso se describe: nomenclatura arancelaria; comercio exterior; principales competidores; régimen de importación; notas de interés particular; y algunos posibles importadores. Todo ello por países. El informe sobre mercado de prendas de vestir de piel o cuero es aún más amplio).	
- <u>Prendas de vestir de piel o cuero</u>	11.1
- <u>Prendas de vestir de piel o cuero en España y República Federal Alemana</u>	11.21
- <u>Pelo de conejo</u>	11.23
- <u>Legumbres y hortalizas deshidratadas</u>	11.27
- <u>Artículos de confitería (bombones, caramelos, etc.)</u>	11.32
- <u>Utensilios de cocina metálicos</u>	11.38
- <u>Artículos de vidrio y cerámica para uso doméstico en Bélgica y Japón</u>	11.42
- <u>Cebada malteada</u>	11.44
- <u>Cerveza en botella</u>	11.47
- <u>Equipos de aire acondicionado en Francia y Holanda</u>	11.51
III - INFORMACIONES UTILES	
- <u>Comunidad Económica Europea</u>	111.1
. champignons	
. cebollas desecadas	
. pasas de uva	
. manzanas	

CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES

2,

- Austria III.2
 - . caballos
 - . carne de caballo para manufactura y menudencias
 - . jabalíes
 - . granos (semillas de cereales, maíz, afrecho y afrechillo de trigo)

- Checoslovaquia III.4
 - . prácticas comerciales
 - . empresas de comercio exterior

- Finlandia III.8
 - . perspectivas del mercado
 - . productos argentinos con mayor posibilidad de colocación

- Holanda III.10
 - . afrechillo de trigo

- Japón III.11
 - . jugos concentrados de naranja, uvas y manzanas
 - . leche y suero en polvo
 - . productos lácteos
 - . cereales

- Italia III.13
 - . depósito previo sobre las importaciones

- República Federal Alemana III.14
 - . indicación para exportar a la R.F.A. III.14
 - . la ley alimentaria alemana e importaciones procedentes de países en vías de desarrollo III.32
 - . normas legales para la importación de carne y productos cárnicos III.56

IV - OPORTUNIDADES COMERCIALES RECIENTES POR PAISES

- <u>Alemania</u>	IV.2
- <u>Austria</u>	IV.3
- <u>Bélgica</u>	IV.3
- <u>Dinamarca</u>	IV.5
- <u>España</u>	IV.5
- <u>Francia</u>	IV.6
- <u>Grecia</u>	IV.7
- <u>Holanda</u>	IV.7
- <u>Italia</u>	IV.7
- <u>Japón</u>	IV.8
- <u>Portugal</u>	IV.10
- <u>Reino Unido</u>	IV.10
- <u>Suecia</u>	IV.12
- <u>Suiza</u>	IV.13

CONSEJERIAS ECONOMICAS Y OFICINAS COMERCIALES DE LA REPUBLICA EN EL
EXTERIOR

AUSTRIA

Secretario Comercial
D. Juan M. KIRSCHENBAUM
Embajada de la República Argentina
Hoher Markt 1/1- 1019 VIENA
Teléfono oficial : 63-63-43
Dirección cablegráfica: ECONOMARGENTINA
Télex: 74512

BELGICA (con jurisdicción en Luxemburgo)

Consejero Económico y Comercial
D. Horacio DOVAL
Embajada de la República Argentina
Avenida Des Arts Nº 50- piso 2º- 1040 BRUSELAS
Teléfono oficial: 513 35 98
Dirección cablegráfica: ECONOMARGENTINA

ESPAÑA (con jurisdicción en Portugal)

Ministro Consejero Económico y Comercial
D. Carlos S. VAILATI
Embajada de la República Argentina
Paseo de la Castellana 63, planta baja - MADRID
Teléfono oficial: 53-8446
Dirección cablegráfica: ECONOMARGENTINA
Télex: 27415

FRANCIA

Ministro Consejero Económico y Comercial
D. Leonardo A. VARTALITIS
Embajada de la República Argentina
6, Rue Cimara - PARIS 16e.
Teléfono oficial: Kleber 48-66; Poincare 26-79
Dirección cablegráfica: ECONOMARGENTINA
Télex: 27919

Gerencia de Finanzas

HOLANDA

Consejero Económico y Comercial
D. Roberto J. FRASISTI
Embajada de la República Argentina
Javestraat 20- LA HAYA
Teléfono oficial: 180-306
Dirección cablegráfica: ECONOMARGENTINA
Télex: 31650

ITALIA (con jurisdicción en Israel)

Consejería Económica
Embajada de la República Argentina
Largo A. Sarti 4 - 00196 ROMA
Teléfono oficial: 39-39-15 y 39-61-301
Dirección cablegráfica: ECONOMARGENTINA
Télex: 61386

JAPON

Consejero Económico y Comercial
D. Juan J. IRIARTE VILLANUEVA
Embajada de la República Argentina
19-13 Minami-Azabú, 3 Chome Minato-Ku
Azabú Sky Mansión, Apt. 103 - TOKIO
Teléfono oficial: 446-0176 y 446-0037
Dirección cablegráfica: ECONOMARGENTINA
Télex: 322489

REINO UNIDO DE GRAN BRETAÑA (con jurisdicción en Irlanda)

Consejero Económico y Comercial
D. Antonio E. SEWARD
Embajada de la República Argentina
111 Cadogan Gardens - LONDRES S.W. 3
Teléfono oficial: 01-730-4388
Dirección cablegráfica: ECONOMARGENTINA
Télex: 262005

REPUBLICA DEMOCRATICA ALEMANA

Consejero Económico y Comercial
D. Eduardo Luis VILA
Czethin Strasse 89- BERLIN ORIENTAL

REPUBLICA FEDERAL DE ALEMANIA

Consejero Económico y Comercial
D. Juan M. T. HEIT
Embajada de la República Argentina
50 Adenauerallee - BONN
Teléfono oficial: 02221/652073 y 02221/652083
Dirección cablegráfica: ECONOMARGENTINA
Télex: 886478

REPUBLICA POPULAR DE HUNGRIA

Consejero Económico y Comercial
D. Alberto M. FRANGI
Embajada de la República Argentina
Rippl Ronaiuteca No 1 - BUDAPEST
Télex: 224128

REPUBLICA POPULAR DE POLONIA

Ministro Consejero Económico y Comercial
D. Rodolfo R. POTENTE
Embajada de la República Argentina
Styki 17- VARSOVIA

REPUBLICA SOCIALISTA DE CHECOSLOVAQUIA

Secretario Comercial
D. Alfredo A. Alcorta
Embajada de la República Argentina
Washingtonova 25- PRAGA 1
Télex: 121847

REPUBLICA SOCIALISTA DE RUMANIA (con jurisdicción en Bulgaria)

Consejero Económico y Comercial
D. Reynaldo L. DEFRANCO FANTIN
Embajada de la República Argentina
Drubeta 11 - BUCAREST

SUECIA (con jurisdicción en Dinamarca, Finlandia y Noruega)

Secretario Comercial

D. Mario A. BOFFI

Embajada de la República Argentina

Grevgatan 5, piso 29- ESTOCOLMO 14

Teléfono oficial: 61-61-97 y 61-79-37

Dirección cablegráfica: ECONOMARGENTINA

Telex: 10029

SUIZA

Consejería Económica

Embajada de la República Argentina

Jungfraustrasse 1 - BERNA

Teléfono oficial: 443565/6

Télex: 32469

UNION DE LAS REPUBLICAS SOCIALISTAS SOVIETICAS

Secretario Comercial

D. Daniel A. BERAZAY

Embajada de la República Argentina

Sadovo Samotiochnaya 12-24, Dto. 11- MOSCU

Teléfono oficial: 94-74-79

Dirección cablegráfica: ECONOMARGENTINA

Telex: 7350

EL MERCADO DE PRENDAS DE VESTIR DE PIEL O CUERO

Informe preparado por el Centro de Comercio Internacional UNCTAD/GATT en Ginebra 1974.

NOTA: Se reproduce el presente informe porque las consideraciones que en él se efectúan son válidas para el presente. Además porque el análisis abarca a aquellos países que a la fecha se encuentran en firme proceso de recuperación.

(abarca los mercados de los Estados Unidos, Japon, Finlandia, Noruega, Suecia, Dinamarca, Reino Unido y República Federal de Alemania).

Índice

- I. Introducción
- II. Importancia del Mercado (Producción Nacional, Comercio Exterior y Tendencias del Consumo)
- III. Formación de los precios
- IV. La moda, la situación del mercado y la competencia
- V. Canales de distribución
- VI. Prácticas comerciales
- VII. Principales conclusiones
- VIII. Recomendaciones
- IX. Anexos.

I.- INTRODUCCION

Hasta hace poco las industrias de artículos de piel y cuero estaban concentradas en los países desarrollados, mientras que los países en desarrollo eran principalmente proveedores de las materias primas. Sin embargo, durante el último decenio los países en desarrollo, especialmente en América Latina, han procurado energicamente aprovechar mejor sus materias primas abundantes y su mano de obra competitiva.

Las dos principales actividades en la fabricación de prendas de vestir de piel o cuero son el corte y el montaje (consistente sobre todo en la costura). En todas las fábricas incluso en países muy industrializados como Suecia, la piel o el cuero se cortan a mano. Esta operación es difícil de mecanizar porque sólo el ojo humano puede advertir los defectos de la materia prima, que debe cortarse de la forma más económica posible. El montaje, que comprende varias operaciones, tales como la de coser la piel o el cuero, el forro, los botones y los accesorios, se hace a máquina, lo que es necesario para lograr una productividad satisfactoria.

Las principales máquinas que emplea la industria son las siguientes:

- Máquinas de coser industriales
- Máquinas de hacer ojales
- Máquinas de coser o fijar botones, mangas, adornos y bolsillos.

Se calcula que estas máquinas duran diez años.

En los períodos de mayor actividad (julio-octubre), algunas empresas de este sector hacen más de un turno. En general, la capacidad de producción de una fábrica depende de la capacidad de producción de las máquinas de coser instaladas.

En ocho horas de trabajo, un cortador corriente corta de diez a doce prendas, mientras que la productividad en el sector de la costura se calcula en seis a ocho prendas por día para cada máquina de coser.

En 1972, las importaciones estadounidenses de prendas de vestir de piel o cuero fueron de 91,9 millones de dólares, frente a 14,2 millones en 1968. Los proveedores más importantes fueron el Canadá, España, Italia, Turquía y Hong-Kong, que suministraron conjuntamente el 44 por ciento del total (véase el Cuadro 2).

De 1968 a 1972, Turquía, México y Taiwan aumentaron rápidamente sus exportaciones a los Estados Unidos.

He aquí las exportaciones de prendas de vestir de piel o cuero hechas por los Estados Unidos durante ese período; como puede verse, fueron relativamente pequeñas.

Exportaciones de prendas de vestir de piel
o cuero de los Estados Unidos, 1968-1972
(Millares de dólares)

1968	1969	1970	1971	1972
324,3	331,9	593,2	297,3	1.262,1

El consumo aparente aumentó de 1968 a 1971 en un 62 por ciento y la proporción de las importaciones en el consumo pasó del 11 por ciento en 1968 al 28 por ciento en 1971.

Situación de la oferta de prendas de vestir de piel
o cuero en los Estados Unidos, 1968 y 1971
(Millones de dólares)

	1968	1971
Producción	118,4	154,0
- Importaciones	14,2	59,2
- Exportaciones	0,3	0,3
Consumo aparente	129,6	210,2

El consumo y las importaciones de prendas de vestir de cuero en los Estados Unidos siguen aumentando y los comerciantes del ramo prevén que en 1974 las ventas serán un 18 por ciento mayores que en 1973.

B. Japan

El Japón (población en 1972: 107 millones de habitantes) es, por su importancia, el segundo mercado mundial de prendas de vestir de piel o cuero. No se dispone de datos estadísticos de la producción nacional, pero según los comerciantes del ramo, se producen sobre todo artículos de calidad superior y de precio alto.

De 1968 a 1972, las importaciones japonesas de prendas de vestir de piel o cuero naturales o artificiales aumentaron de 5.556 unidades, con un valor de 70 millones de yenes, a 17.700 unidades, con un valor de 199 millones de yenes, lo que constituyó un aumento del 218 por ciento en cantidad y del 184 por ciento en valor. Los principales proveedo

CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES
Gerencia de Finanzas

res fueron Italia, Hong Kong, España y Francia. Con la excepción de España, tales países fueron también aquellos cuyas exportaciones al Japón aumentaron con más rapidez (véase el Cuadro 3).

Durante ese mismo período, las exportaciones japonesas en este sector aumentaron en 160 por ciento en cantidad y un 426 por ciento en valor y estuvieron destinadas principalmente a los Estados Unidos y la República Federal de Alemania, que conjuntamente absorbieron el 92 por ciento de todas las exportaciones japonesas de prendas de vestir de piel o cuero en 1972.

Es imposible calcular el consumo aparente por falta de datos de la producción; los comerciantes del ramo prevén un aumento rápido de la demanda, que puede conducir a un aumento considerable de las importaciones.

C. Finlandia

Finlandia (población en 1972: 4,6 millones de habitantes) dispone de una gran industria de exportación de prendas de vestir de piel y cuero. En 1971 había 44 fabricantes. En 1969 (3), la producción total fue de 177,000 unidades, con un valor de 22 millones de marcos finlandeses. La mayor parte de esta producción (el 94 por ciento de la cantidad) es de abrigos y chaquetas de varias clases (corrientes, sport, cazadoras, etc.) confeccionados con piel de tipo ante (véase el Cuadro 4). Entre 1968 y 1972, la industria finlandesa de prendas de vestir de piel o cuero naturales o artificiales desarrolló muchísimo sus exportaciones, que pasaron de 482,000 marcos finlandeses a 23,3 millones de marcos finlandeses. Tales exportaciones se destinaron principalmente a los demás países escandinavos, al Reino Unido y a la República Federal de Alemania.

De 1968 a 1972, casi se duplicó el valor de las importaciones de prendas de vestir de piel o cuero naturales o artificiales, que pasó de 1,1 a cerca de 2 millones de marcos finlandeses. Los suministros procedieron en su mayor parte del Reino Unido y de los países escandinavos (véase el Cuadro 5).

Como se indica a continuación, el consumo aparente de prendas de vestir de piel o cuero naturales o artificiales fue en 1969 de unos 19 millones de marcos finlandeses (4), de los cuales el 4,9 por ciento correspondió a importaciones.

Situación de la oferta en Finlandia, 1969

(Millares de marcos finlandeses)

Producción	21.958
+ Importaciones	931
- Exportaciones	3.888
Consumo aparente	19.031

(3) Año más reciente del que se dispone de datos.

(4) Valor en millones de marcos finlandeses.

El floreciente comercio finlandés de exportación de artículos de calidad superior y precio alto, ofrece nuevas posibilidades para las prendas de vestir de piel o cuero de precio bajo. Los comerciantes del ramo prevén un rápido aumento de las importaciones de prendas de vestir de piel o cuero, especialmente las de cuero de bovino y de becerro, acabado napa, para satisfacer la creciente demanda de los consumidores.

D. Noruega

Noruega (población en 1972: 3,9 millones de habitantes) no tiene una industria importante de prendas de vestir de piel o cuero, y la creciente demanda se satisface sobre todo con importaciones. En 1972, el principal proveedor fue Suecia, seguida de Finlandia y el Reino Unido. Los tres países suministraron en 1972 el 78 por ciento de todas las importaciones noruegas de tales artículos, que fueron de 22,4 millones de coronas noruegas y habían sido de 14,9 millones en 1968, lo que representa un aumento del 51 por ciento, (véase el Cuadro 6).

Las exportaciones de prendas de vestir de piel o cuero, que comprenden principalmente abrigos y chaquetas de piel de imitación ante, pasaron en valor de 130.000 coronas noruegas en 1968 a 3,5 millones en 1972.

Según los comerciantes del ramo, la demanda seguirá aumentando y, en consecuencia, aumentarán el consumo y las importaciones. Esto abre que el mercado noruego ofrezca oportunidades muy interesantes para la venta de prendas de vestir de piel o cuero de calidad aceptable y precio mediano.

E. Suecia

Suecia (población en 1972: 6,1 millones de habitantes) es el principal productor escandinavo de prendas de vestir de piel o cuero. En 1971, su producción fue de 208.000 unidades con un valor de 77,4 millones de coronas suecas, mientras que en 1969 fue de 255.000 unidades con un valor de 52,4 millones de coronas suecas (véase el Cuadro 7). En 1971 había 57 fábricas, que empleaban a 1.660 personas. El valor añadido de este sector fue en dicho año de 50 millones de coronas suecas, y el de los materiales empleados en 31 millones (véase el Cuadro 8). En el 72 por ciento de la producción se emplearon pieles de borrego y de cabra, y en el 28 por ciento restante cueros de bovino. El 90 por ciento de la producción sueca de prendas de vestir de piel o cuero se compone de abrigos y chaquetas.

El valor de las importaciones de prendas de vestir de piel o cuero naturales o artificiales fue de 7,9 y 23,5 millones de coronas suecas, respectivamente, en 1969 y 1972. Los principales proveedores fueron Finlandia, el Reino Unido y Dinamarca. Las importaciones procedentes de Yugoslavia, que en 1969 fueron del 48 por ciento del total, disminuyeron hasta llegar al 5 por ciento en 1972 (véase el Cuadro 9). Según los importadores, la baja de la calidad de los artículos fue la causa principal de esta disminución.

Las exportaciones suecas de prendas de vestir de piel o cuero naturales o artificiales fueron evaluadas en 29,6 millones de coronas suecas en 1972, frente a 18,1 millones en 1969. Los principales clientes de Suecia fueron los Estados Unidos, Noruega y el Reino Unido, que en 1972 absorbieron el 63 por ciento de todas sus exportaciones de tales artículos. La mayor parte de las prendas exportadas consistió en abrigos y chaquetas de moda, de cali-

dad superior, hechas de piel de borrego o de cabra, de imitación ante.

En 1971, el consumo aparente de prendas de vestir de piel o cuero fue de unos 69 millones de coronas suecas (véase más abajo), de las cuales el 22 por ciento correspondió a las importaciones. En general, se prevé que el consumo de prendas de vestir de piel o cuero, sobre todo las de cuero de bovino (aserrado y napa), aumentará mucho en los años próximos y, según los comerciantes del ramo, tal aumento se satisfará probablemente con importaciones.

La oferta de prendas de vestir, de piel o cuero

en Suecia 1971

(Millares de coronas suecas)

Producción	77.464 (precio en fábrica)
+ Importaciones	15.559 (c. i. f.)
- Exportaciones	23.375 (f. o. b.)
Consumo aparente ^a	69.618
Proporción de las importaciones en el consumo aparente	22,3 por ciento

a / Debido a la diferencia entre el precio c. i. f. y el f. o. b., la cifra del consumo aparente es sólo aproximada. Además, en ella está incluido el consumo de prendas de vestir de cuero artificial-

F. Dinamarca

Las importaciones y las exportaciones de Dinamarca (población en 1972: 5 millones de habitantes) de prendas de vestir de piel o cuero naturales o artificiales amentaron mucho de 1968 a 1972 (véase el Cuadro 10). En 1972, los principales proveedores fueron Finlandia, Suecia y el Reino Unido.

Algunos países de Europa Oriental, sobre todo Checoslovaquia, Rumania y Polonia, amentaron sus exportaciones de tales artículos a Dinamarca.

No se dispone de datos estadísticos de la producción y el consumo de prendas de vestir de piel o cuero en Dinamarca; según los comerciantes del ramo, las fabricadas en Dinamarca son sobre todo de piel de imitación ante de calidad superior y precio alto.

Las importaciones están aumentando; son especialmente objeto de demanda las chaquetas y los abrigos de cuero de bovino y piel de becerro de acabado napa.

G. Reino Unido

El Reino Unido (población en 1972: 55.9 millones de habitantes) es el segundo mercado por orden de importancia de prendas de vestir de piel o cuero de Europa. La producción nacional es importante; en 1972 fue de 18.8 millones de libras esterlinas y en 1970 de 15, 3 millones (véase el Cuadro 1), o sea que aumentó en 23 por ciento. Las prendas de vestir para señoras y niñas constituyen alrededor del 56 por ciento de la producción de la industria. La mayor parte de la producción se compone de prendas de vestir de piel de borrego y conde-ro, de calidad superior y precio alto.

Las importaciones de prendas de vestir de piel o cuero, que en 1970 fueron de 1,4 millones de libras esterlinas, llegaron a 4,1 millones en 1972 (5). Véase el cuadro 12). En 1971, los principales proveedores fueron Irlanda, Finlandia, Suecia, Hong Kong, Turquía y Francia. Las importaciones procedentes de Turquía, consistentes en chaquetas y abrigos de piel de imitación ante, de calidad superior y precio mediano, ingresaron en el mercado en 1971.

Las exportaciones del Reino Unido de prendas de vestir de piel o cuero no aumentaron con la misma rapidez que las importaciones; en 1968 fueron de 1,5 millones de libras esterlinas y en 1972 de 3 millones. Los principales mercados fueron los Estados Unidos, Suiza, la República Federal de Alemania y Suecia, que conjuntamente absorbieron el 61 por ciento de todas las exportaciones de tales artículos en 1971. Donde con más rapidez aumentaron las exportaciones del Reino Unido fue en la República Federal de Alemania.

El consumo aparente de prendas de vestir de piel o cuero aumentó en 36 por ciento entre 1971 y 1972, y llegó a 19,8 millones de libras esterlinas en 1972. La proporción de las importaciones en el consumo aparente pasó del 16.2 por ciento en 1971 al 20.8 por ciento en 1972 (véase el Cuadro 11).

Según algunos comerciantes del ramo muy importantes del Reino Unido, es probable que la demanda aumente en los próximos años, en especial la de prendas de vestir (chaquetas y abrigos de cuero aserrado y napa) de precio bajo y mediano.

H. República Federal de Alemania

La República Federal de Alemania (población en 1972: 61,7 millones de habitantes) es el mayor mercado y también el mayor productor de prendas de vestir de piel y cuero en Europa. La producción nacional de artículos de toda clase de cueros o pieles (bovino, de becerro, de borrego, de cordero, etc.) fue de 201 millones de marcos alemanes en 1970 y de 396 millones en 1972. La mayor parte de esta producción consistió en chaquetas y abrigos de calidad superior y precio alto, sobre todo prendas de vestir para caballero.

Entre 1968 y 1972, el valor de las importaciones de prendas de vestir de piel o cuero naturales o artificiales aumentó de 22,8 a 258,9 millones de marcos, lo cual supone el mayor crecimiento de todos los países estudiados.

Los principales proveedores fueron Francia, Italia, Yugoslavia, Suiza y los Estados Unidos (véase el Cuadro 13).

En 1972, el consumo aparente se calculó en 625 millones de marcos, en comparación con 241 millones en 1970, y la proporción de las importaciones en tal consumo pasó del 21 al 41 por ciento.

(5) No se dispone de datos estadísticos anteriores a 1970.

La oferta de prendas de vestir de piel o cuero en la
República Federal de Alemania, 1970-1972
(Millones de marcos alemanes)

	<u>1970</u>	<u>1971</u>	<u>1972</u>
Producción	291	273	396
+ Importaciones	50	138	259
- Exportaciones	10	20	30
Consumo aparente ^a	241	391	625
Proporción de las importaciones en el consumo aparente (%)	20,7	35,3	41,1

III.- FORMACION DE PRECIOS

A. Derechos de Importación

Los países estudiados no tienen un sistema de contingentes de importación ni imponen restricciones cuantitativas a las importaciones de prendas de vestir de piel o cuero. Los aranceles aduaneros son ad-valórem, excepto en Noruega donde son específicos. En 1974, los aranceles del Reino Unido se han coordinado con los del sistema de la CEE.

Finlandia (15 por ciento) y el Japón (12,5 por ciento) aplican los aranceles más altos. Los Estados Unidos y el Japón aplican sus aranceles de manera uniforme a todos los países proveedores (6) que, por consiguiente se encuentran en la misma situación competi-

(6) Excepto, en el caso de los Estados Unidos, los países socialistas de Europa Oriental.

^a / Las cifras son aproximadas, porque en las estadísticas de la importación y la exportación están incluidas las prendas de vestir de cuero artificial.

Según los comerciantes de prendas de vestir de cuero, es probable que continúe la tendencia al aumento de la demanda en la República Federal durante los próximos años y que aumenten mucho las importaciones, principalmente las de artículos de calidad y precios bajos y medianos.

va en estos mercados.

En Europa donde se aplican varios aranceles (véase el cuadro que figura a continuación), la situación es diferente.

Por ejemplo, en la República Federal de Alemania las prendas de vestir de piel o cuero pagan un arancel aduanero general del 8 por ciento ad valórem, mientras que las importadas de Turquía entran con franquicia gracias al acuerdo de asociación de Turquía con la CEE. En una prenda de vestir que valga 40 dólares esto representa una ventaja de 3.20 dólares para el exportador turco.

NOTA: Excepto Japón, Finlandia y Suecia los demás países lo incluyeron en el Sistema Generalizado de Preferencias del que se beneficia Argentina y por el que se eliminan los gravámenes arancelarios condicionado a la presentación del Certificado de Origen.

-.-

Derechos de importación sobre las prendas de vestir de cuero en varios mercados

Arancel No	País	Generales	Convencionales	CEE	AELI	Otras Preferencias
791.7500	E. Unidos	35%	6%	6%	6%	<u>d</u> / SGP
42.03.2	Japón	12,5%	12,5%	12,5%	12,5%	-
42.03.300	Finlandia	15%	15%	13,57%	libre	Irlanda, Reino Unido Dinamarca, URSS: libre
42.03.301	Noruega ^{a/}	4.50 cor/kg	4.50 cor/kg	2.70 cor/kg	libre	Irlanda: 2.70 coronas/kg Reino Unido, Dinamarca: libre SGP <u>d</u> /
42.03.300	Suecia	7%	7%	4.2%	libre	-
42.03.309	Dinamarca	10.4%	10.4%	7.2%	libre	R. Unido: libre SGP <u>a</u> /
42.03.295	Rep. Fed. de Alemania	8%	4.8%	libre	4.8%	SGP <u>d</u> / <u>b</u> /
42.03.032	R. Unido	15.2%	15.2%	12%	libre	Países del Commonwealth: 3, 2% <u>c</u> / SGP <u>d</u> /

Fuente: Aranceles aduaneros nacionales aplicados desde el 1º de enero de 1974

a/ Además se paga un portazgo de 3.00 coronas por 100 kg.

b/ Chipre y Malta: 2.4%; España: 3.2%; Egipto, Líbano: 3,6%; Israel: 4%; Marruecos, Túnez, Turquía, Unión del Africa Oriental y los miembros africanos asociados a la CEE: libre

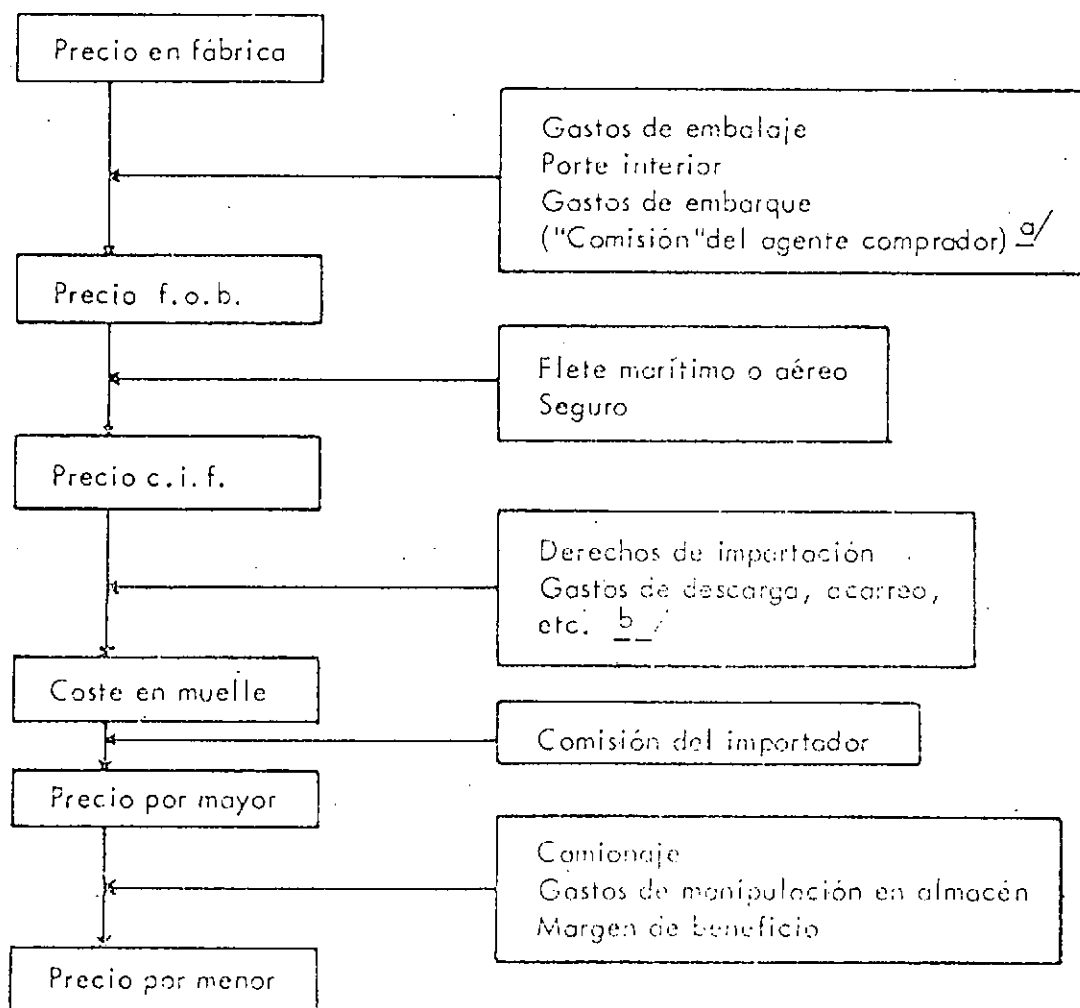
c/ Para los países de la zona preferente del Commonwealth: libre.

d/ Países beneficiarios Sistema Generalizado de Preferencias libre.

B. Estructura de los precios

A continuación se indican los distintos componentes del precio de las prendas de vestir de piel o cuero importadas.

Estructura de los precios de las prendas de vestir de piel o cuero importadas



a/ Los grandes almacenes principales tienen sus propias oficinas de compra en algunos países exportadores. La comisión comprende los gastos de esas oficinas.

b/ Estos gastos son de descarga, despacho de aduanas, almacenamiento y carga de la mercancía en el camión.

Se da a continuación un cálculo del precio del importador en los países estudiados, cálculo que se basa en las chaquetas tipo safari para señora, de napa o de cuero aserrado (en dólares, octubre de 1973) y teniendo en cuenta esta estructura de los precios.

Cálculo del precio del importador, octubre de 1973.

dólares

País		C.i.f.	En muelle	Por mayor	Por menor
Estados Unidos	Napa	36.60	41,05	64,80	129.60
	Cuero aserrado	24.80	27.36	43.20	86.40
	Índice (napa)	100,00	112.10	170.00	354.10
Japón	Napa	39,65	47.30	--	129.90
	Cuero aserrado	27.80	33,15	--	88.80
	Índice (napa)	100.00	119.30	--	223.90
Suecia	Napa	37.60	43.20	--	120.60
	Cuero aserrado	25.80	28.80	--	80.50
	Índice (napa)	100.00	114.90	--	320.70
Reino Unido	Napa	37.40	38.10	--	75.50 ^{a/} (104.80 ^{b/})
	Cuero aserrado	25,60	25.85	--	51.40 (69.00)
	Índice (napa)	100.00	101.90	--	201.90 280.20
Rep. Fed. de Alemania	Napa	44.00	47.80	--	97.40
	Índice	100.00	108.60	--	221.40

a/ Importado por los grandes almacenes

b/ Importado por el importador

Este cuadro comparativo de precios permite ver las grandes diferencias de los precios de la mercancía descargada, que los exportadores de los países en desarrollo deben tener muy en cuenta cuando fijan los precios para los mercados extranjeros.

IV. LA MODA, LA SITUACION DEL MERCADO Y LA COMPETENCIA

A. La Moda

No cabe duda alguna de que la moda es un factor que determina las ventas de prendas de vestir de piel y de cuero. Algunos diseños y colores clásicos tienen demanda durante mucho tiempo, pero inclusive éstos cambian ligeramente todos los años para atraer al consumidor.

CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES

Gerencia de Finanzas

Las modas se crean principalmente en Europa Occidental, sobre todo en Francia, Italia y el Reino Unido, pero también en los Estados Unidos. Los colores y los estilos cambian con gran rapidez (por ejemplo, la fabricación reciente de cueros que imitan la sarga). El color suelen decidirlo las asociaciones profesionales de curtidores y de diseñadores y se le hace gran propoganda en los periódicos y revistas del ramo.

La moda también influye en la elección de las pieles y los cueros que emplea la industria de la confección. Las pieles de precio alto (por ejemplo, la imitación de ante) se emplean sobre todo para las prendas de vestir de precio más alto y de diseño bastante clásico. Las prendas de vestir de cuero aserrado se pusieron de moda hace pocos años, especialmente en las prendas de vestir de precio bajo y calidad mediana, que atraen a los jóvenes, para quienes lo más importante es el precio bajo y el color y el diseño en boga.

Los fabricantes de Europa Occidental y los Estados Unidos tienen una ventaja evidente respecto a los proveedores de los países en desarrollo, a quienes les resulta más difícil la relación con el mercado. Por ello conviene que la relación entre los posibles exportadores y los importadores sea muy estrecha; el importador debe estar en condiciones de indicar constantemente al exportador lo que el mercado necesita y éste, a su vez, los productos que puede ofrecer.

La mayoría de los exportadores de prendas de vestir de piel o cuero de los países en desarrollo ya siguen tal procedimiento y la mayoría de sus modelos se fabrican con arreglo a los patrones, colores y especificaciones de los importadores europeos o estadounidenses. Sería prematuro crear diseños propios en una etapa inicial de fomento de las exportaciones.

B. Situación del mercado1.- Estados Unidos

Las oportunidades de venta de prendas de vestir de precio bajo y de calidad mediana aumentaron en 1973, pero la demanda de prendas de vestir de cuero aserrado está disminuyendo para dar paso a las de napa, que constituyeron un 80 por ciento de los pedidos para la primavera de 1974. Se preveía que el cuero aserrado volvería a ponerse de moda en el otoño en 1974 debido a la preferencia de los jóvenes por las prendas de vestir de precio bajo.

Las previsiones para 1974 eran de una mayor venta de prendas de vestir de napa en la primavera y de cuero aserrado en el otoño. Se preveía que conseguirían teniendo éxito comercial los abrigos para señora de napa y cuero aserrado con adornos de piel de pelotería.

Además de los colores clásicos, los colores previstos para la primavera de 1974 eran el azul celeste, el verde claro, el amarillo limón y el color de sarga. Los comerciantes de los Estados Unidos esperaban que las ventas en el mercado estadounidense aumentaran en un 18 por ciento en 1974.

2. Japón

Según los comerciantes japoneses a quienes se visitó, sólo hace poco que los consumidores japoneses se interesan por las prendas de vestir de piel o cuero. El mejoramiento del nivel de vida en el Japón ha originado una importante demanda de prendas de vestir de piel

o cuero de calidad superior y precio mediano, sobre todo de napa y de imitación de ante.

El tamaño de las prendas de vestir es más pequeño en el Japón que en los otros mercados, y los compradores japoneses, que dan mucha importancia a la calidad, prefieren crear sus propios modelos, empleando sobre todo colores y diseños clásicos, al igual que los importadores europeos y estadounidenses.

El interés por las prendas de vestir de cuero aserrado es escaso. El mercado japonés, que puede ser muy importante para los fabricantes de prendas de vestir de piel o cuero de los países en desarrollo, ha de ser tratado con gran prudencia: es muy competitivo, los consumidores dan mucha importancia a la calidad y al precio, y los compradores exigen que se respeten rigurosamente las prácticas comerciales del país.

3. Países escandinavos

A pesar de su importante producción nacional de prendas de vestir de piel y de cuero, todos los países escandinavos pueden constituir mercados muy importantes para los países exportadores.

Suecia, Finlandia y Dinamarca, que se especializan principalmente en la fabricación de prendas de vestir de piel de imitación ante, de calidad superior y precio alto, ofrecen un posible mercado para las prendas de vestir de napa, de calidad y precio medianos; lo mismo ocurre con Noruega, que prácticamente no tiene producción nacional. Suecia es el único país-escandinavo donde se prevé que aumenten las ventas de prendas de vestir de cuero aserrado. Cabe advertir que los principales importadores suecos de prendas de vestir de piel o cuero son los dos mayores fabricantes de estos artículos; las prendas que importan las venden con su propia marca de fábrica y son ellos quienes proporcionan los modelos exclusivos a los fabricantes extranjeros.

4. Reino Unido

Se esperaba que las ventas aumentasen en 1974 en el Reino Unido. Hay que advertir, sin embargo, que el mercado del Reino Unido es uno de los más difíciles de penetrar por las razones siguientes:

- Gran producción nacional de prendas de vestir de calidad mediana y superior con precios correspondientes;
- Mucha competencia de los países del Commonwealth (por ejemplo, Hong Kong);
- Tipo de cambio desfavorable con el dólar de los Estados Unidos; (datos fecha uniforme)
- Precios de las prendas de vestir de piel o cuero más bajos que en otros países de Europa.

No obstante, los importadores están muy interesados en diversificar sus fuentes de aprovisionamiento. Si los fabricantes de prendas de vestir de napa y de cuero aserrado de los países en desarrollo consiguen satisfacer las exigencias de los compradores del Reino Unido en lo que respecta a la calidad (especialmente la hechura) y el precio, sus posibilidades de exportación serán probablemente muy grandes.

5.- República Federal de Alemania

El vasto mercado de la República Federal de Alemania ofrece interesantes oportunidades de venta de modelos en boga de prendas de vestir de napa, de precio mediano, que pueden venderse al por menor a no más de 200 marcos por unidad; tratándose de grandes cantidades, y de 240 marcos por unidad cuando se trate de cantidades pequeñas. Respecto de las prendas de vestir de calidad superior y precio alto, hay mucha competencia de la importante producción nacional y de los países que gozan de aranceles preferentes como los de la CEE, Turquía, Israel, España y Marruecos, por lo cual no hay muchas posibilidades de penetrar en este sector del mercado.

C. La competencia

En Europa, las preferencias concedidas a la CEE, la AELI y a otros países favorecen a muchos posibles competidores. Además de los países de la CEE y la AELI que tienen una importante industria de prendas de vestir de piel y de cuero, son importantes competidores: España, Turquía, Israel y Marruecos, en el sector del mercado de artículos de calidad y precio medianos. Desde luego su capacidad de producción parece ser limitada porque disponen de poca materia prima nacional.

Las estadísticas de importación de los países europeos estudiados muestran también el éxito creciente de algunos países socialistas de Europa Oriental, como Rumanía, Hungría y Checoslovaquia, que compiten en el sector de los artículos de calidad y precios bajos y medianos y de diseño clásico, pero su capacidad de producción también parece ser limitada.

En el sector de los artículos de precio alto y de primera calidad, la competencia es muy reñida entre los países productores de Europa Occidental, sobre todo Francia, el Reino Unido, Suecia, la República Federal de Alemania y Finlandia. La penetración en este sector del mercado, donde hay marcas ya conocidas por su gran calidad, no puede ser más que un proyecto para realizar a la larga y sólo puede tener éxito si se concede a los importadores una reducción considerable del precio, al menos en la etapa inicial.

V. CANALES DE DISTRIBUCION

El comercio internacional de prendas de vestir de piel y de cuero está bien organizado, como también lo están los canales de distribución. Algunos fabricantes, sobre todo los que dictan la moda en Europa, exportan sus artículos directamente, pero la mayor parte del comercio pasa en los países importadores por uno de los intermediarios siguientes:

- Representante
- Importador (7)
- Mayorista
- Fabricante
- Organizaciones centrales de compra
- Grandes almacenes
- Minoristas independientes

(7) En muchos casos, el importador hace a la vez de representante y mayorista.

Los importadores tienen mucha importancia en el comercio de prendas de vestir de piel o cuero y algunos se especializan en él. Mantienen estrecha relación con los exportadores e intercambian con ellos información sobre los productos y los mercados.

Hay fabricantes que son también importadores, porque ellos mismos no pueden fabricar todas las prendas de vestir de las calidades y los precios que el mercado demanda, pues sus medios de producción son limitados y el coste resultaría excesivo; además, como la competencia es muy grande, quieren ofrecer una gran variedad de artículos. Muy a menudo, el importador (o fabricante/importador) sirve de representante e importa a comisión, o de mayorista y vende a los minoristas. En los Estados Unidos y en Europa la comisión del representante es del 10 por ciento del precio f.o.b.

Las organizaciones centrales de compra son de dos tipos principales:

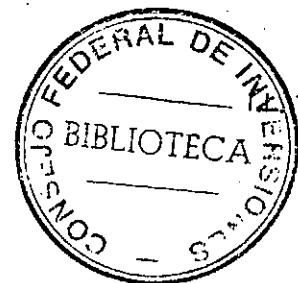
- Los grandes almacenes, algunos de los cuales tienen su propia oficina central de compras que adquiere las mercancías para sus distintos departamentos;
- Los sindicatos de compras de los grandes almacenes, por conducto de los cuales los almacenes asociados compran colectivamente o convienen las compras que harán sus mandatarios en el extranjero.

Los importadores se diferencian de las organizaciones centrales de compras en varios aspectos:

- Los importadores tratan tanto en pequeñas como en grandes cantidades porque venden a un número ilimitado de establecimientos, entre ellos las empresas que cuentan con múltiples sucursales de venta al por menor y que, por tanto, necesitan grandes cantidades. Las organizaciones centrales de compras sólo satisfacen las necesidades, más pequeñas, de sus propios establecimientos de venta al por menor;
- Los importadores tratan en prendas de vestir de cuero de todos los precios, porque sus clientes pueden ser tanto las tiendas de modas como los pequeños minoristas de pueblos apartados o los establecimientos que venden a precio reducido;
- Los importadores venden a cualquier cliente, tanto a los independientes como a los organizados en grupo. Incluso las organizaciones centrales de compras adquieren a menudo prendas de vestir de piel o cuero por conducto de los importadores;
- Los importadores se interesan generalmente en encontrar nuevas fuentes de aprovisionamiento. No se limitan a un pequeño número de sectores del mercado como las organizaciones centrales de compra;
- Los importadores pueden atender los pedidos repetidos que, en el caso de los Estados Unidos, por ejemplo, pueden ser el duplo del pedido inicial.

Conviene insistir en que los exportadores no deben crear una competencia directa con quien importa la mercancía en un país dado, vendiendo los mismos modelos directamente a las organizaciones centrales de compra, los grandes almacenes o los minoristas.

A continuación se indican los principales canales del comercio internacional de prendas de vestir de piel o cuero.



VI. PRACTICAS COMERCIALES

A. Métodos de compra

Lo más importante en el negocio de prendas de vestir de piel o cuero es la rapidez, un precio razonable, una materia prima adecuada, una buena confección y la conformidad con las necesidades del mercado.

El principal procedimiento de compra que emplean los importadores es la relación directa con los exportadores y el examen de muestras. En este sector no es fácil negociar por correspondencia, y rara vez tiene éxito. La relación directa entre los importadores y los proveedores se establece en las visitas que los primeros hacen a los países productores con el objeto de comprar o en las que los proveedores hacen a algunos países con el objeto de vender. El medio mejor y más fácil de establecer relaciones directas con los importadores es participando en ferias comerciales, sobre todo en la Semana Internacional del Cuero que se celebra en París todos los años en setiembre. A esta feria acuden prácticamente todos los grandes compradores del mundo entero.

Como las prendas de vestir han de responder al gusto de cada persona, los minoristas tienen un vivo interés en vender artículos que se diferencian por su estilo, color y material de los que se vendan en otras tiendas. Los compradores más exigentes piden por ello un contrato de exclusiva por el cual el fabricante se compromete a no vender el mismo artículo a un tercero; la exclusiva que se concede a un importador es generalmente de duración limitada.

En la fabricación de artículos de piel o cuero tiene mucha importancia la hechura, por lo cual puede haber diferencias de calidad, incluso entre las prendas del mismo tipo y precio. Los compradores encuentran a menudo diferencias en la calidad de la hechura entre las muestras presentadas y los artículos entregados al servir el pedido. Conviene evitar que una buena reputación, basada en la buena calidad de las muestras, se eche a perder por la mediocridad de los artículos despachados.

Por último, debe prestarse mucha atención a la calidad, el precio y los plazos de entrega. En las prendas de vestir de precio mediano no se exige gran calidad; basta con que sea aceptable en relación con el precio. Los precios, sobre todo los que piden los nuevos proveedores del mercado, deben ser muy competitivos.

B. Entrega, cotización de precios y formas de pago

Los compradores de prendas de vestir se basan exclusivamente en las muestras, y sus pedidos de prueba varían en importancia. Es muy importante tener en cuenta el tiempo que transcurre entre la presentación de las muestras y la fecha de entrega de los productos en las dos temporadas de venta (8), que en el hemisferio septentrional son las siguientes:

(8) Ello se aplica especialmente a las prendas de vestir de última moda, pues las de corte clásico se despachan todos los meses del año.

Primavera:

Presentación de muestras : del 1º de octubre al 15 de noviembre
Entrega: de febrero a mayo del año siguiente

Otoño:

Presentación de muestras : de marzo a abril
Entrega: de mayo a noviembre

Para mantener una relación comercial continua, en cada temporada debe presentarse a los compradores una colección de prendas de vestir que esté al día.

Todos los importadores visitados se manifestaron conformes con que la entrega se haga dos meses después del pedido. En el caso de los Estados Unidos, en las prendas de vestir debe indicarse el país de origen. Los países de la CEE exigen un certificado de origen.

La forma de pago más corriente para la importación de prendas de vestir de piel o cuero es la carta de crédito irrevocable en dólares. De ordinario, las cartas de crédito se extienden a 30 ó 60 días vista. En los países europeos se acostumbra pagar a los proveedores extranjeros contra entrega de documentos, pero tratándose de un comercio regular, puede negociarse la adopción del sistema de las cartas de crédito.

Las prendas de vestir de piel o cuero se cotizan generalmente en la moneda del país, f.o.b. por unidad, pero también se acepta la cotización en dólares. Los compradores suelen preferir los precios f.o.b. porque así pueden escoger el medio de transporte. Los importadores y los fabricantes que importan una parte de los artículos que venden exigen precios más bajos de los que se piden a los grandes almacenes y a las cadenas de tiendas, porque tienen que vender la mercancía al por mayor, mientras que los grandes almacenes y las cadenas de tiendas la venden directamente al consumidor.

VII. PRINCIPALES CONCLUSIONES

Preferencia por los productos naturales

Una característica notable del comercio del vestido en los países industrializados es el resurgimiento de la predilección del consumidor por los productos naturales, entre ellos las prendas de piel o cuero, que tienden a preferirse cada vez en mayor medida a las prendas de vestir de menor precio pero hechas con cuero artificial.

Sectores del mercado

Los mercados de prendas de vestir de los países visitados están divididos en sectores, de acuerdo con combinaciones de los siguientes criterios:

Calidad y precio	-	Bajo, medio, alto
Estilo y color	-	De moda y clásico
Piel o cuero utilizados	-	Variedad de origen (cabra, cerdo, vaca, becerro, etc.) y variedad del acabado (ante, piel aserrada, curtida en blanco o napa, etc.)
Utilización final	-	Prendas para señora y para caballero

Prendas de vestir de calidad media o baja

En varios países en desarrollo, la industria de prendas de vestir de piel o cuero ha penetrado con éxito en el mercado de prendas de vestir de calidad media o baja y de un precio correspondiente. Con este sector del mercado se han establecido relaciones interesantes, que podrían ampliarse. Sin embargo, los fabricantes expresaron la opinión, compartida por numerosos importadores de los países visitados, de que la calidad de la piel o el cuero (especialmente la curtida en blanco) que se utilizan actualmente en la fabricación de prendas de vestir de calidad y precios medios sería adecuada para productos de gran calidad y alto precio de tipo clásico. Dado que se utilizaría la misma cantidad de piel o cuero para fabricar prendas de vestir de calidad y precio elevados, los países exportadores podrían aumentar sustancialmente sus ingresos de exportación.

Prendas de vestir de gran calidad

Sin embargo, en el caso de varios países en desarrollo, tratar de penetrar en el sector de la gran calidad parecería actualmente prematuro. En primer lugar, en los distintos mercados objetivo hay una gran competencia de las industrias nacionales, con su prestigio de calidad bien establecido. En segundo lugar, se necesita una mano de obra muy adiestrada para cumplir las elevadas normas aplicables a este tipo de producto y asegurar una producción uniforme; hay que señalar que, a cambio de los precios más altos que pagan por estas prendas de vestir, los importadores exigen un producto de calidad constantemente buena.

Por lo tanto, dicha producción de prendas de vestir de piel o cuero de calidad y precio elevados solamente sería beneficiosa en la presente etapa si la llevasen a cabo en una escala reducida pequeños fabricantes, después de haber dado una formación intensiva a los trabajadores de su empresa.

Influencia de las tendencias de la moda

Ha habido un aumento notable del consumo y, por lo tanto, de las importaciones de todo tipo de prendas de vestir en los países visitados, especialmente por lo que se refiere a las prendas de vestir de moda de calidad y precio medios, que son las preferidas por los jóvenes y representan la mayor parte de las ventas. Aunque la calidad de la piel o el cuero utilizados es de importancia secundaria para estos consumidores (que en general no saben juzgar la calidad), en cambio les interesan mucho la moda y el precio. Por otra parte, la comercialización de las prendas de vestir de tipo clásico tiene ciertas ventajas; puesto que no son artículos de moda, es poco probable que sea necesario introducir en ellas modificaciones de última hora, y por ese motivo las entregas pueden distribuirse a lo largo de un amplio período de tiempo.

Canales de distribución

En todos los mercados estudiados los canales de distribución son bastante similares. En general, las prendas de vestir fabricadas en los países en desarrollo pueden comercializarse mejor por conducto de importadores. Sin embargo, en algunos países escandinavos es preferible comercializarlos por conducto de fabricantes/importadores. Este sistema entraña menores márgenes de beneficio para los abastecedores, pero en cambio les permite realizar visitas en gran escala, gracias a que los fabricantes escandinavos les proporcionan muestras y modelos adecuados a las necesidades del mercado y se encargan de la eficaz distribución de las prendas importadas a través de sus propias organizaciones de ventas.

Factores económicos que afectan a la expansión de las exportaciones

Los trascendentales cambios económicos que han tenido lugar recientemente como consecuencia del precio elevado de la energía y de las materias primas han agravado las tendencias inflacionistas existentes y podrían conducir a un estancamiento económico de los mercados objetivo. Un resultado inmediato, que afecta al transporte internacional, ha sido el aumento sustancial de las tarifas del transporte aéreo. Por otra parte, como los precios también han aumentado en la industria de los plásticos, que se basa en la petroquímica, la situación de los productos de piel y cuero podría fortalecerse (1).

Al elaborar su política de exportación futura, los fabricantes de productos de piel o cuero tendrán que analizar cuidadosamente las medidas antiinflacionistas y proteccionistas que podrían tomarse en los mercados objetivos.

(1) El Centro de Comercio Internacional está actualmente llevando a cabo un estudio sobre la posición competitiva de los artículos de piel y cuero en la nueva situación económica.

MERCADO PARA PRENDAS DE VESTIR DE CUERO EN ESPAÑA Y R.F.A.

NOMENCLATURA ARANCELARIA DE EXPORTACION

42.03.00 Prendas de vestir y sus accesorios de cuero natural, artificial o regenerado.

COMERCIO EXTERIOR

PAIS y AÑO	EN DOLARES U. S. A.		
	EXPORTA	IMPORTA	desde ARGENTINA
ESPAÑA (1974)	43.423.214	814.679	9.607
LIBANO (1973)	58.820	399.806	-.-
R.F. ALEMANA (1974)	17.652.478	212.616.740	6.178.187
VENEZUELA (1973)	Sin datos	478.239	1.348

PRINCIPALES COMPETIDORES

Francia, Italia, España, E.E. U.U., Brasil.

REGIMEN DE IMPORTACIONES

PAIS	ARANCEL	PREFERENCIAS	OBSERVACIONES
ESPAÑA	Prendas de vestir 21,5% Ad Val. Guantes de vestir o de portes 18% Ad Val Guantes de protección 9% Ad Val Los demás 17,5% Ad Val	-.-	Impuesto Compensación Gra vámenes Interiores: Prendas de Vestir y de pro- tección 11% Guantes y demás 10% Régimen Liberalizado de Importación.
R.F. ALEMANA	8% Ad Val	(1)SGP. 0%	Importación sin restricciones

(1) SGP : Sistema generalizado de Preferencias, sujeto a cuotas.

NOTAS DE INTERES

R. F. ALEMANA

Actualmente el mercado alemán se encuentra casi saturado con este tipo de mercaderías, factor que viene acarreado que la tendencia de los precios tenga una paulatina baja. Además hay que tomar en cuenta las colocaciones casi en forma masiva por los países de mano de obra barata, en especial Turquía, Taiwan y Corea del Sur.

-.-

ALGUNOS POSIBLES IMPORTADORES

ESPAÑA

GALERIAS PRECIADOS
Preciados 28-30
Madrid

RODOLFO RIBER S. A.
Fernanflor 8
Madrid

BARGALLO S. A.
Sardanyola
Barcelona

R. F. ALEMANA

LEDERWAREN LANGHARDT
P. O. Box 51 07 40
5000 Koeln 51

KARL SEEGER LEDEWAREN GmbH
P. O. Box 592
6050 Offenbach /M. 4

NAIL KOKSAL
Zweibrueckenstr. 9
8000 Muenchen 22

MERCADO PARA PELO DE CONEJO EN SIETE PAISES

NOMENCLATURA ARANCELARIA DE EXPORTACION

53.02.01.03: Pelo de conejo, excluido el de angora

53.02.01.07: Pelo de conejo de angora

COMERCIO EXTERIOR

PAIS Y AÑO	EN DOLARES U. S. A.		
	EXPORTA	IMPORTA	desde ARGENTINA
BELGICA (1974) Pelo de conejo de angora	546.000	300.000	
ESPAÑA (1974) Pelo de conejo incluido el de angora	97.285.714	160.446	
ESTADOS UNIDOS (1973) Pelo de conejo de angora	Sin datos	312	
FRANCIA (1975): Pelo de conejo, excluido el de angora	59.041.400	60.874.068	
Pelo de conejo de angora	42.186.600	44.925.832	
ITALIA (Enero - Setiembre 1975) Pelo de conejo de angora	148.227	3.265.782	
Pelo de conejo (1)	1.355.280	858.554	

REP. FED. ALEMANA (1975) Pelo de conejo de angora	5.054.310	43.088.460	
Otros pelos de conejo, liebres, etc.	3.017.100	25.653.360	
SUD AFRICA (1974) Pelo fino de animal	Sin datos	696.537	

(1) Incluye: conejo, liebre, castor, nutria y rata almizclera.

PRINCIPALES COMPETIDORES

China Popular - Francia - Italia - Colombia

REGIMEN DE IMPORTACION

PAIS	ARANCEL	PREFERENCIAS	OBSERVACIONES
BELGICA FRANCIA ITALIA REP. FED. ALEMANA	Exento de derechos	--	
ESPAÑA Pelo de conejo incluido el de angora	2% Ad Val	--	3% Impuesto de Compensación de Gravámenes.
ESTADOS UNIDOS Pelo de conejo de angora	17 ¢ /libra limpia	(1) SGP 0%	
SUD AFRICA Pelo fino de animal	Importación libre	--	

(1) SGP: Sistema General de Preferencias de los Estados Unidos

NOTAS DE INTERES

BELGICA

Los importadores belgas están interesados en recibir ofertas de Pelo de Conejo de toda calidad. Existen buenas posibilidades para el producto argentino ya que la producción argentina es conocida por haber sido importada hasta hace pocos años.

FRANCIA

El comercio exterior francés en este rubro presenta características de intra-comunitario. El principal proveedor de Francia en pelos de conejo es China y el comprador más importante la República Federal de Alemania.- Las posibilidades de colocación para el producto argentino dependen de una tipificación de las calidades ofrecidas, de precios competitivos y presentación de muestras.

ALGUNOS POSIBLES IMPORTADORES

BELGICA

J. J. PETIT
Zonin de Petit Rechain
Avenue du Parc
B 4655 Chaineux

ESPAÑA

KARASO BIRIOTI
Balnes, 167
Barcelona

OLIV S. A.
Avda. Caudillo 340
Tarrasa

ESTADOS UNIDOS

ARTHUR I. DORMAN
106 Lucerne St.
Boston, Mass

N. REIN & SONS
124 W. 30th. St.
New York, N. Y.

FRANCIA

TOULEMANDE FILS
4 rue de Turenne
59 Tourcoing

RAGAZ
rue de la République
81 Mazamet

ITALIA

UNIONFILRE SAS
Via Marconi 51
Bologna

SITOL SRL
Via F. Filzi, 27
20124 Milano

REP. FED. ALEMANA

HERMANN W.F. MAAS & CO.
P. O. Box 1002
2000 Hamburg II

WALTER GOTZ
P. O. Box 3025
2400 Lubeck

Fuente: Informes de las Consejerías Económicas Argentinas en el exterior, preparado por
Sec. C. Vallina.

MERCADO PARA LEGUMBRES Y HORTALIZAS DESHIDRATADAS

NOMENCLATURA ARANCELARIA DE EXPORTACION

07.04.00: Legumbres y hortalizas desecadas, deshidratadas o evaporadas, incluso cortadas en trozos o rodajas o bien trituradas o pulverizadas, pero sin ninguna otra preparación.

COMERCIO EXTERIOR

PAIS Y AÑO	EN DOLARES U. S. A.		
	EXPORTA	IMPORTA	desde ARGENTINA
AUSTRIA (1974)			
Papas	696	35.467	--
Ajo	701	150.933	--
Otras legumbres	--	2.752.373	--
BELGICA (1974)			
Cebolla	63.000	330.000	--
Papas	191.000	133.000	--
Las demás	405.000	1.029.000	--
BRASIL (1974)			
Ajos		9.520	3.600
Cenollas	SIN	221.275	104.560
Zanahorias		35.791	7.140
Hongos		74.332	--
Espinacas	DATOS	9.363	3.530
Ajos		361.447	134.974
Las demás		361.599	136.021
COLOMBIA (1974)	--	10.419	--
CHILE (1974)			
Ajos	420.030	--	--
Hongos	514.028	--	--
Los demás	160.567	--	5.380
DINAMARCA (1974)	SIN DATOS	891.433	--
EL SALVADOR (1973)	--	41.882	--

PAIS Y AÑO	E N D O L A R E S U . S . A .		
	EXPORTA	IMPORTA	desde ARGENTINA
FINLANDIA (1974)	SIN DATOS	483.846	--
GUATEMALA (1973)	--	295.429	6.174
HONDURAS (1972)	--	273	--
JAPON (1975)			
Ajo	5.126	--	--
Cebollas	--	3.047.873	--
Hongos	30.564.364	344.877	--
Rábano	133.711	--	--
Los demás	310.266	17.031	--
MEXICO (1974)			
Hongos	SIN DATOS	4.891	--
Los demás		7.511	--
NICARAGUA (1973)	--	4.796	--
NORUEGA (1974)	SIN DATOS	1.910.437	--
PANAMA	--	Sin Datos	--
REINO UNIDO (1974)	2.337.322	32.123.193	--
SUD AFRICA (En Mayo 1975)	Sin Datos	1.303.903	--
SUECIA (1974)	--	2.810.586	--
VENEZUELA (1974)	--	1.210.285	731.785

PRINCIPALES COMPETIDORES

EE. UU., R.F. Alemana, Reino Unido, España, Holanda.

CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES
Gerencia de Finanzas

REGIMEN DE IMPORTACION

PAIS	ARANCEL	PREFERENCIAS	OBSERVACIONES
AUSTRIA	Papas 25% Ad Val Otros 10% Ad Val	5% Ad Val	Sin restricciones
BELGICA	16% Ad Val	SGP (1): hongos 9% AdVal rábano 7% AdVal	--
FINLANDIA	Ajos: 0.50 marcos/Kg Los demás: 0.80 marcos/Kg	SGP: Ajos: Libre	--
DINAMARCA	16% Ad Val	SGP: hongos 10% AdVal rábano 7% AdVal	
NORUEGA	Papas: 0.80 coronas/Kg Ajos: 0.10 coronas/Kg Los demás: 0.20 coronas/Kg	SGP: Ajos: 0%	--
JAPON	15% Ad Val	SGP: excepto hongos y cebollas 10% Ad Val	--

1) SGP: Sistema Generalizado de Preferencias, sujeto a cuotas

NOTAS DE INTERES

AUSTRIA

A excepción de las papas, no se producen en Austria legumbres y hortalizas deshidratadas.

Las importaciones presentan durante los últimos diez años una tendencia netamente creciente.

La demanda anual oscila entre 1300 a 1400 toneladas anuales. Los consumidores principales son:

- a) los fabricantes de sopas deshidratadas
- b) el sector de hotelería, cantinas, hospitales, etc.
- c) empresas productoras de productos alimenticios.

PAISES NORDICOS (Dinamarca, Finlandia, Noruega y Suecia)

Los países nórdicos son importadores netos de hortalizas deshidratadas. Si bien producen pequeñas cantidades, las necesidades de consumo interno se satisfacen básicamente con la importación.

Entre las características salientes del mercado nórdico es de hacer notar que está constituido por aproximadamente 22 millones de habitantes, cuyo poder adquisitivo se encuentra entre los más altos del mundo. Asimismo, la importación y comercialización de productos alimenticios se encuentra en estas naciones concentradas en un número reducido de grandes firmas, que tienen cadenas de supermercados y disponen de centrales importadoras propias.

ALGUNOS POSIBLES IMPORTADORES

AUSTRIA

FELIX AUSTRIA Ges. m. b. H.
Konsul Herbert-Félix- Str. 24
7210 Mattersburg

FRISCH & HAUPT
Kumpfgasse 7
Vieno

F. J. ELSNER & Co.
Marktgraben 25
Innsbruck

FINLANDIA

OTK
Box 10120
Helsinki 10

SOK
Vilhonkatu 7
Helsinki 10

KESKO OY
Statamakatu 3
Helsinki 16

REINO UNIDO

GLASBEA LIMITED
269a Ewell Road
Surbiton
Surrey

HAX LIMITED
Lion House
Red Lion Street
London W C 1

DINAMARCA

IRMA
Korsaaletsvej 10
2610 Rodovre

OCEKA
Hersteduang 10
2610 Albertslund

J. LAGE TRADING Co.
Frederiksbølsvej 130
2830 Virum

JAPON

CIANJO LTD.
Suda-cho Bldg
1-24, Suda-cho
Chiyoda-ku
Tokyo

OKURA TRADING CO. LTD
Provisions and Agriculture
Products Dept. 1st. Section
3-6 Ginza 2-chome
Chuo-ku, Tokyo

NORUEGA

K. E. F.
Hegdehaugsveien 35
Oslo 3

EPA A/S
Cirkedalsveien 33
Oslo 3

STEN & STRÖM A/S
Kongensgade 23
Oslo 1

SUECIA

ASK- BOLAGEN
Fock
104 01 Stockholm

VIVO FOOD STORES
Tenstagangen 32
163 64 Spanga

MERCADO PARA ARTICULOS DE CONFITERIANomenclatura Arancelaria de Exportación

17.04.00.01:	Bombones, caramelos, chicles, confites y pastillas, excepto de chocolate
17.04.00.02:	Dulces
17.04.00.03:	Turrone
17.04.00.09:	Los demás

Comercio Exterior

País	Exporta en u\$s	Importa. en u\$s	Importa desde Argentina
Bélgica (1974)	7.050.400	7.603.600	---
Brasil (1974)	sin datos	448.421	86.855
Colombia (1973)	722.277	5.826	---
Costa Rica (1973)	---	481.145	---
Chile (1972)		6.554	1.312
El Salvador (1973)		725.640	---
España (1974)	9.250.821	1.555.571	34.160
Estados Unidos (1973)	sin datos	37.017.379	1.676.456
Guatemala (1973)	--	621.379	--
Honduras (1973)	--	50.932	--
Italia (1974)	27.326.630	8.199.200	22
Nicaragua (1973)	--	897.831	5.110
Panamá (1972)	--	151.753	
Reino Unido (1974)	87.347.596	22.104.780	--
Rep. Fed. Alemana (1974)	24.212.365	56.320.661	146.697
Suecia (1974)	sin datos	15.055.180	8.783
Venezuela (1973)	sin datos	96.110	--

Principales Competidores: EE.UU., España, Países de la Comunidad Económica Europea

REGIMEN DE IMPORTACION

PAIS	ARANCEL	PREFERENCIAS	
BELGICA	13% AdVal	Goma de mascar 3% AdVal. Otros: 9% AdVal	Estos productos están sujetos además, a un derecho compensatorio móvil, establecido trimestralmente.
ESPAÑA	30.5% Ad Val		Impuesto Compensación gravámenes interiores 10%
ITALIA	13% Ad Val	Goma de Mascar: 3% AdVal Otros: 9% AdVal	Estos productos están sujetos, además, a un derecho compensatorio móvil.
REINO UNIDO	11.8% AdVal + £ 0.0950 por Quintal (50.8 Kgs)	(2)SGP. 5.4% AdVal + recargo variable con máximo de 13.2% + adicional s contenido de azúcar	
R.F. ALEMANA	13% AdVal	Goma de Mascar: 3% Ad Val Otros: 9% AdVal	
SUECIA	5% AdVal	SGP: Caramelos, pastillas, gomas de mascar, etc. 0%	

NOTASR.F. ALEMANA

La Argentina viene colocando sus productos en el mercado alemán desde hace tiempo. En la reciente Feria Internacional de la Alimentación, ANUGA, realizado en Colonia, se han efectuado interesantes contactos en el sector de dulces, que crean buenas posibilidades en este mercado.

SUECIA

Suecia produce y exporta algunas cantidades del rubro que nos ocupa, siendo asimismo fuerte importador del mismo, presentándose como un interesante mercado.

POSIBLES IMPORTADORES

BELGICA

CANTILLON NAUTERS S. A.
R. de Bonne 59
BRUXELLES 1070

LENT ALIMENTAIRE
R. du Pannenhuis 44-50
BRUXELLES 1020

LEMAIRE S. A.
Marche de Droixhe
LIEGE 4000

ITALIA

CANEVELLO G. B. SPA.
Lungo Bisagno d'Istria, 23 r/b/c/d
16141 - GENOVA

SOCIETA IFAR S. R. L.
Via del Guastatori, 14
00143 ROMA

MARY S.p.A.
C. 50 Buenos Aires 77
MILANO

R. F. ALEMANIA

IMPORT-HELLER oHG
6 Frankfurt M
Hanover Land Str 50

KRUEGER & CO.
5 Koeln
Celbergstr 51 a

ADOLF M. HOLTORF
2 Hamburg 26
WENDENSTR. 331

ESPAÑA

SIMAGO
Cartagena 34
MADRID

ALMACENES CAPITOLIO S. A.
Pelayo 30
BARCELONA

ALMACENES LA MAJA
Santa Catalina 16
LA CORUÑA

REINO UNIDO

BARRATT & COMPANY LTD.
At. Mr. E. J. Bates
Mayes Road
LONDON N 22

HALE, HAMILTON (LONDON) LTD
6 Holborn Viaduct
LONDON EC1

LYEIN MANUFACTURIN & TRADING CO. LTD
79 Bow Road
LONDON E3 2SA

SUECIA

ASBA IMPORT AB
Uppsalaavägen 27
117 43 STOCKHOLM

FERRERO SCANDINAVIA AB.
Box 4258
203 14 MALMÖ 4

INTERNATIONAL CANDY IMPORT AB
FACK
402 50 GÖTEBORG

MERCADO PARA PRENDAS DE VESTIR DE LANA Y MEZCLA

NOMENCLATURA ARANCELARIA DE EXPORTACION:

- 61.01.00.00 - Ropa exterior para hombres y niños
- 61.02.00.02 - Ropa exterior para mujeres, niñas y primera infancia de lana o mezcla
- 61.03.00.00 - Ropa interior , incluidos los cuellos, pecheras y puños para hombres y niños.
- 61.04.00.00 - Ropa interior para mujeres, niñas y primera infancia.

COMERCIO EXTERIOR

PAIS Y AÑO	EN DOLARES U.S.A.		
	EXPORTA	IMPORTA	desde ARGENTINA
ALEMANIA R.F. (1974) todo tipo de prendas de vestir	793.894.000	2.133.794.000	122.120
BELGICA (1974)	49.810.900	87.824.400	9.268
BRASIL (1974) prendas de toda clase de fibra textil	sin datos	5.200.289	4.667
COLOMBIA (1973)	1.226.418	55.940	---
COSTA RICA (1973)	6.316	15.635	---
CHILE (1972)	sin datos	65.231	---
EL SALVADOR (1973)	---	19.337	---
E. E. U. U. (1973) para hombres y niños	---	83.966.644	276.886
GUATEMALA (1973)	47.166	10.011	---
HONDURAS (1973)	---	4.862	---
ITALIA (1974)	57.408.559	15.318.724	266.625

Gerencia de Finanzas

MEXICO (1973)	2.006.641	3.468.497	---
NICARAGUA (1973)	---	5.364	---
REINO UNIDO (1974)	245.644.000	529.243.000	50.850
REP. SUDAFRICANA (1974)	sin datos	8.607.665	---
SUECIA (1974)	18.192.117	22.396.847	37.971
VENEZUELA (1973)	sin datos	845.607	53.526

PRINCIPALES COMPETIDORES: EE. UU., Rep. Fed. Alemana, Reino Unido, Francia
Hong Kong, Italia

REGIMEN DE IMPORTACION

PAIS	ARANCEL	PREFERENCIAS	OBSERVACIONES
R. F. ALEMANA	17% Ad Val	(1) SGP: 0%	
BELGICA	17% Ad Val	SGP: 0%	Tasa Valor Agregado 14%
ITALIA	17% Ad Val	SGP: 0%	
REINO UNIDO	18.2% Ad Val	SGP: 0%	
SUECIA	13% - 15% AdVal	---	

(1) SGP: Sistema Generalizado de Preferencias, sujeto a cuotas.

NOTAS:

SUECIA

Tanto la producción como las importaciones de prendas de lana se han reducido en los últimos años debido a que la tendencia de la demanda local se inclina paulatinamente hacia los productos elaborados con fibras artificiales. No obstante, como lo demuestran las cifras de importación, el mercado sueco es interesante en términos de volúmenes de manera que existen buenas posibilidades para la introducción de artículos argentinos. Cabe destacar que los costos de producción se encuentran en aumento sostenido y, conforme se estima, en los próximos años se reducirá la producción local - que ya se está operando - lo cual brindará mayores posibilidades de penetración a los productos extranjeros.

ALGUNOS POSIBLES IMPORTADORES

ALEMANIA

USCHI TEXTIL

4401 Loer

Konigstr. 1

WALTER U. K. IAUS OEMMCHEN KG

56 Wuppertal 2

P. O. Box 201211

Telex 8591 643 Wko d

Rolf Benz

73 Esslingen

Oberer Metzgerbach 14

BELGICA

BEZETTA

Rue d'Assaut 20-14

Bruselas 1000

CARO-LYN, ETS

Place Nuyean 21

Liege 4000

MARCODINY

R, Van Selivor 59

Bruselas 1030

SUECIA

AB HENNES MAURITZ

Sveavögen 17

111 57 Stockholm

GULINS HERRMODEMUS

Box 136

401 22 Göteborg

ERENIUS & Co. AB

Götgatan 9

111 46 Stockholm

ITALIA

ANGELINO FRATELLI

Via Archimede, 4

20129 Milano

BISES CARLO & FIGLI

Via del Gesù 93/55

00186 Roma

COMERCIO ESTERO ITALIANO

Via Pezzotti, 10

20141 Milano

REINO UNIDO

PORTMAN (WHOLESALE & OVERSEAS) LTDA

40 Duke Street

London W 1

L. SENTEN

20 Wolsey Road

Esher - Surrey

MONEX IVITANER

17 Delancey Street

London NW1 7BX

Fuente: Informes de las Consejerías Económicas Argentinas en el Exterior. Preparado por Sec. C. Vallina y V. Niosi.

MERCADO PARA UTENSILIOS DE COCINA METALICOS

NOMENCLATURA ARANCELARIA DE EXPORTACION :

82.08.00.00 Molinillos de café, máquinas de picar carne, pasadores y otros aparatos mecánicos, de uso doméstico, utilizados para preparar, acondicionar, servir, etc. los alimentos y las bebidas, de un peso máximo de 10 kg.

82.14.00.00 Cucharas, cucharones, tenedores, palas de tarta, cuchillos especiales para pescado o mantequilla, pinzas para azúcar y artículos similares.

COMERCIO EXTERIOR

PAIS y AÑO	EN DOLARES U.S.A.		
	EXPORTA	IMPORTA	desde ARGENTINA
AUSTRIA (1974)			
82.08	385.920	1.860.640	--
82.14	2.422.347	1.921.813	---
BELGICA (1974)			
82.08	734.000	2.284.000	--
82.14	2.490.000	6.671.000	--
BOLIVIA (1972)			
82.08	--	51.923	3.246
BRASIL (Ene. Jun. 1975)			
Batidores de huevos		8.233	--
Descascadoras, cortadoras y ralladoras.		9.102	--
Exprimidoras para frutas y legumbres	SIN	763	--
Mólinos de café, de carne, de pimienta y semejantes	DATOS	21.789	--
Otros de la pos. 8208		5.619	--
Cucharas, tenedores, cucharones, espátulas, etc.		119.635	--
COLOMBIA (1973)			
82.08	1.773.947	8.604	
82.14	67.379	18.020	
CHILE (1972)			
Molinillos		52.287	--
Los demás (pos. 82.08)	SIN	141.084	--
82.14 de acero inoxidable		146.196	--
Los demás (pos. 82.14)	DATOS	70.926	--

PAIS y AÑO	EN DOLARES U.S.A.		
	EXPORTA	IMPORTA	desde ARGENTINA
ECUADOR (1973)			
82.08		129.860	
82.14		314.468	
ESPAÑA (1974)			
82.08	194.268	523.625	--
82.14	5.254.536	1.198.018	10.000
ITALIA (1974)			
82.08	8.632.679	5.191.173	--
82.14	6.772.340	5.567.948	--
MEXICO (1973)			
82.08	3.252	233.738	
82.14	316.676	413.931	
PERU (1974)			
82.08	--	527.917	--
REINO UNIDO (1974)			
82.08	2.046.838	3.892.272	--
82.14	4.913.349	11.171.463	3.187
R.F. ALEMANA (1974)			
82.08	7.558.756	5.387.097	--
82.14	6.119.816	19.089.861	6.669
REP. SUDAFRICA (1974)			
82.08	--	310.382	--
82.14	--	1.116.997	--
SUECIA (1974)			
82.08	--	2.242.567	--
82.14	--	4.063.964	--
VENEZUELA			
82.08 (1974)		1.246.712	--
82.14 (1973)		566.779	1.187

PRINCIPALES COMPETIDORES: Rep. Fed. Alemana, Japon, Francia, E.E. UU. Colombia, Italia.

REGIMEN DE IMPORTACION

PAIS	ARANCEL	PREFERENCIAS	OBSERVACIONES
AUSTRIA	<p>82.08 30% Ad Val</p> <p>82.14</p> <p>-Cucharas y tenedores</p> <p>1) de hierro o acero, de cromo niquelado 20% AdVal</p> <p>2) otros 10% AdVal</p> <p>-Otros</p> <p>1) de aluminio 10% AdVal</p> <p>2) los demas 20% AdVal</p>	<p>(1) SGP:</p> <p>12.5% AdVal</p> <p>10% AdVal</p> <p>5% AdVal</p> <p>5% AdVal</p> <p>10% AdVal</p>	<p>Impuesto al Valor Agregado 16%.</p>
BELGICA	<p>82.08 - 7% AdVal</p> <p>82.14</p> <p>-de acero inox. 19% AdVal</p> <p>-otros 8.5% AdVal</p>	<p>S.G.P. 0%</p>	
ESPAÑA	<p>82.08 -20% AdVal - Imp. Compensacion gravámenes interiores 12%.</p> <p>82.14 21% AdVal - Imp. Compensacion gravámenes interiores 17.6%</p>		<p>Regimen liberalizado de importación</p> <p>Régimen globalizado de importación</p>
ITALIA	<p>82.08 -7% AdVal</p> <p>82.14</p> <p>de acero inox. 19% AdVal</p> <p>otros 8.5% AdVal</p>	<p>SGP: 0</p>	
R.F. ALEMANA	<p>82.08 70% AdVal</p> <p>82.14</p> <p>de acero inox. 19% AdVal</p> <p>otros 8.5% AdVal</p>	<p>SGP: 0%</p>	
R. UNIDO	<p>82.08 7.6% Ad Val</p> <p>82.14</p> <p>de acero inox. 19% AdVal</p> <p>otros 10.4% AdVal</p>	<p>SGP: 0%</p>	
SUECIA	<p>82.08 4% AdVal</p> <p>82.14 7% AdVal</p>	<p>SGP. 0%</p>	

(1) SGP: Sistema Generalizado de Preferencias, sujeto a cuotas.

NOTAS DE INTERES

REP. FEDERAL ALEMANA

LA producción interna de estos artículos es destacable, siendo la competencia entre las fábricas muy pronunciada, a pesar de esto Alemania importa cantidades considerables siendo sus principales proveedores, Suiza, Japón, Suecia, España.

Creemos que habría posibilidades de colocar nuestros productos en este mercado si los precios y la calidad están acorde a la demanda alemana.

SUECIA

Estos productos se venden mayormente en las cadenas de grandes tiendas - Los artículos importados son básicamente de calidad media y de precios reducidos. En base a los comentarios precedentes, las estadísticas de importación y la introducción libre de los artículos por parte de la Argentina, existen posibilidades de concretar ventas teniendo presente que se debe competir con calidad y precios acorde con los de la competencia que en este caso son los productos de : Japón, Alemania Federal y Francia.

ALGUNOS POSIBLES IMPORTADORESAUSTRIA

ATZLER KARL
Favoritenstr 128
1100 WIEN

BAUER WALTER
Mollard Gasse 85a
1060 WIEN

STEINER CARL & CO. K. G.
Judengasse 5-7
5020 SALZBURG

BELGICA

LEMOINE ET CIE SA.
Chaussee de Waterloo 89
1060 BRUXELLES

ETS. L. SCHMEITS
Quai Sur Meuse 10
4000 LIEGE

ORFEURERIE ELLDEE
Rue de Lacken 164
1000 BRUXELLES

ESPAÑA

J. M. ORTIZ SANCHEZ
E. Calzillas 19
TENERIFE

CIAL. AFRICANA
Iriana 45
LAS PALMAS

A. TAYCO PEREZ
Pasad 20
LAS PALMAS

ITALIA

INTERCASA ALINGHI SRL.
Via S. Vincenzo 18 a
20120 MILANO

A. D'AR.
Via Firenze 16
20129 MILANO

LA. PAL. SCA, Snc
Via N. Salm 12
55100 LIVORNO

MERCADO PARA ARTICULOS DE VIDRIO Y CERAMICA PARA USO DOMESTICO EN BELGICA
Y JAPON

NOMENCLATURA ARANCELARIA DE EXPORTACION

69.11.00.00	Vajilla y articulos de uso doméstico o de tocador, de porcelana
69.12.00.00	Vajilla y articulos de uso doméstico o de tocador, de otras materias cerámicas
70.13.00	Objetos de vidrio para servicios de mesa, de cocina, de tocador, para escritorio, adorno de habitaciones o usos similares, con exclusión de los articulos comprendidos en la posición 70.19
70.13.00.01	Vajillas de vidrio o cristal
70.13.00.09	Los demás

COMERCIO EXTERIOR

PAIS Y AÑO	EN DOLARES U.S.A.		
	EXPORTA	IMPORTA	desde ARGENTINA
BELGICA (1974)			
69.11	5.977.000	14.143.000	-.-
69.12	3.150.000	9.491.000	-.-
70.13	23.166.000	21.175.000	-.-
COSTA RICA (1973)	Sin Datos	938.445	15.187
EL SALVADOR (1973)	Sin Datos	831.971	-.-
GUATEMALA (1973)	Sin Datos	931.165	65.116
HONDURAS (1973)	Sin Datos	940.129	-.-
JAPON (1974)			
69.11 y 69.12	145.486.490	8.007.937	2.231
70.13	8.295.817	14.318.441	-.-
NICARAGUA (1973)	Sin Datos	836.974	-.-
PANAMA (1973)	Sin Datos	2.127.465	12.279
VENEZUELA (1973)			
70.13	Sin Datos	1.928.457	16.953

PRINCIPALES COMPETIDORES

Francia, R.F. Alemana, EE.UU., Reino Unido, Japón

REGIMEN DE IMPORTACION

PAIS	ARANCEL	PREFERENCIAS	OBSERVACIONES
BELGICA	<u>69.11</u> - 13.5% Ad Val <u>69.12</u> -de terracota común-7,5% Ad Val -de terracota gris-9,5% Ad Val -de terracota fina ó alfareria 10,5% Ad Val -de otras materias cerámicas 14% Ad Val <u>70.13</u> - 15,5% Ad Val	(1) SGP: 0%	
JAPON	<u>69.11 y 69.12</u> 7.5% Ad Val <u>70.13</u> -vajilla de mesa 20% Ad Val -vasos comunes 8% Ad Val -vasos refractarios 6% Ad Val	SGP : 0% SGP : 0%	

ALGUNOS POSIBLES IMPORTADORES

BELGICA

VERBEELEN ET CIE
Korte Lozanastraat 8
2000 Antwerpen

MEYHUI NV
Damkaai
8500 Kortrijk

LEMOINE ET CIE SA
Chaussée de Waterloo 89
1060 Bruxelles

JAPON

EISHIN TRADING CO, LTD
3-6, Matsugaya 1-chome,
Taito-ku,
Tokyo

OTSUKA GLASS CO., LTD
17-8, Saga 1-chome,
Koto-ku,
Tokyo

ISHIZUKA GLASS CO., LTD
11-15, Takatsuji-cho,
Showa-ku
Nagoya

MERCADO PARA CEBADA MALTEADA

NOMENCLATURA ARANCELARIA DE EXPORTACION: 11-07

COMERCIO EXTERIOR

PAIS Y AÑO	EN DOLARES U. S. A.		
	EXPORTA	IMPORTA	desde ARGENTINA
AUSTRIA (1974)	2.731.520	421.227	
BOLIVIA (1972)		163.762	
BRASIL (1974)		38.253.683	8.208.097
COLOMBIA (1973)		2.127.786	
ESTADOS UNIDOS (1973)		2.094.905	
ITALIA (1974)	1.961.012	13.519.161	
MEXICO (1973)		183.038	
REINO UNIDO (1974)	28.248	20.433	
SUD AFRICA (1974)		6.951.914	
VENEZUELA (1974)		19.533.486	680.433

PRINCIPALES COMPETIDORES

REGIMEN DE IMPORTACION

PAIS	ARANCEL	PREFERENCIAS	OBSERVACIONES
AUSTRIA	10% sobre valor de factura - 72 chelines austriacos por c/100 kgs. de peso neto		
ITALIA	Recargos móviles establecidos por la CEE y fijados semanalmente.		
REINO UNIDO	Recargos móviles establecidos por la CEE y fijados semanalmente.		
SUD AFRICA			
SUECIA	Recargos móviles establecidos por la CEE y fijados semanalmente.		

NOTAS DE INTERES

AUSTRIA

Los niveles de producción interna de cebada alcanza para satisfacer a la industria cervecera local en lo que hace a la cerveza normal; Austria produce el 95% de su consumo. Las cervezas especiales requieren cebadas malteadas de calidad superior originarias fundamentalmente de Checoslovaquia y Alemania Federal.

Las condiciones de calidad a que deben someterse las maltas por cervezas especiales son las siguientes:

- Extracto 80%
- Intensidad de calor: 0.16 a 0.18
- Humedad 4.5%
- Grado de Disolución proteica: 39 a 40%
- Tiempo de endulza: 10 a 15 minutos
- Podér de diástasis : mínimo 250

SUECIA

Produce el cereal aunque completa las necesidades internas del producto con compras en el exterior. Las importaciones anuales son del orden de las 6.600 tns. y sus principales abastecedores son Dinamarca y Finlandia.

ALGUNOS POSIBLES IMPORTADORES

AUSTRIA

EUGEN DORE
Herbeckstrasse 34
A- 1180 Viena

ANTON KAISER
Taborstrasse 11a.
A-1021 Viena

F. URL & CO.
Raubergasse 20
A-8010 Viena

SUECIA

HARALD FORS & CO. AB
Box 471
101 26 STOCKHOLM

SUEN HYLANDER & CO.
Stampgatan 8
411 01 Göteborg

SUENSKA AB BUNGE
Box 7023
102 82 Stockholm 7

ITALIA

AGIVEGA SAS
V. Voghers 11
20124 - Milan

BIRRA DREMER SpA
Calle Bombasieri 5109
S. Marco
30.124 - Venezia

PAROLA BIRRA SAS
V. Cavour 97
12011- Borgo S. Dalmazzo (CN)

REINO UNIDO

DEIN BROS (FOOD IMPORTERS) LTD.
Sea Isle House
Frogmore
St. Albans
Herts. ALZ 2NG

CARL GOLDSCHMIDT & CO. LTD.
23 Hilliter Street.
London E C 3

I. M. OSMAN
55 Cleveland Square
London W 2

MERCADO PARA CERVEZA EN BOTELLA

NOMENCLATURA ARANCELARIA DE EXPORTACION: 22.03.00.00

COMERCIO EXTERIOR

PAIS Y AÑO	EN DOLARES U. S. A.		
	EXPORTA	IMPORTA	desde ARGENTINA
AUSTRIA (1974) - en envases de hasta 12 litros	1.916.800	4.047.893	--
BELGICA (1974) - en recipientes de más de 10 lts - otros	15.828.400 20.150.400	17.237.900 6.142.000	-- --
BOLIVIA (1972) (1)	Sin datos	102	--
BRASIL (1974) - en recipientes no de lata de hasta 1 litro - en lata	Sin datos	108.871 15.817	{ 138
COLOMBIA (1973) (1)	1.860	71.154	--
COSTA RICA (1973) (1)	Sin datos	4.305	--
EL SALVADOR (1973) (1)	Sin datos	9.794	--
ESPAÑA (1974) (1)	710.500	3.046.660	--
EE. UU. (1973) (1)	Sin datos	49.244.136	7.191
GUATEMALA (1973) (1)	Sin datos	13.673	--
HONDURAS (1973) (1)	Sin datos	10.449	--
INGLATERRA (1974) (1)	17.215.456	56.238.875	--

ITALIA (1974)			
en recipientes de más de 10 lts	69.913	2.325.260	
" " entre 2 y 10 litros	3.733	15.439	
" " 2 lts. o menos	1.170.199	18.402.745	
MEXICO (1973)	(1)	2.614.653	---
NICARAGUA (1973)	(1)	Sin datos	25.804
PANAMA (1972)	(1)	Sin datos	20.580
SUECIA (1974)		91.892	4.043.468

(1) Total en todo tipo de envases.

PRINCIPALES COMPETIDORES: Rep. Fed. Alemana, Dinamarca, Países Bajos, Inglaterra.

REGIMEN DE IMPORTACION

PAIS	ARANCEL	PREFERENCIAS	OBSERVACIONES
AUSTRIA	10% Ad Val + Ch. Av. 34 por c/100 litros		Sin restricciones cuantitativas, ni de origen
BELGICA	24% Ad Val	(1)SGP 16% AdVal Imp. Valor Agregado 14%	
ESPAÑA	17% Ad Val		Impuesto Compensación de Gravámenes Interiores: 22% + 0.50 pesetas por litro .Regimen globalizado
INGLATERRA	£ 14.08 + 14.4%	S. G. P. :£ 13.68 por cada 36 galones + 9.6% Ad Val	
ITALIA	24% Ad Val	S. G. P. 16%	
SUECIA	10 a 14 coronas los 100 litros	S. G. P. 0%	

NOTAS DE INTERES

AUSTRIA

Las importaciones de cerveza se realizan en su totalidad en envases menores de 12 litros. La medida preferida por los consumidores para la cerveza importada son las latas y botellas con un contenido de 0.33 ó 0.35 litros.

El principal abastecedor es la R.F. Alemana (68%), seguida por Checoslovaquia (12%), Polonia (7%) y Dinamarca 8.5%

Si bien se importa cerveza durante todo el año, la tendencia se acentúa en los meses de abril, julio, agosto y diciembre, influenciada por el turismo.

BELGICA

Actualmente, el 9% de la cerveza consumida en Bélgica proviene del exterior. Dinamarca es el principal abastecedor (44%), seguido por Reino Unido (30%) y la R.F. Alemana (13%).

ESPAÑA

El consumo de cerveza ha experimentado aumentos muy notables durante los últimos años, habiéndose pasado de 11.3 litros anuales por persona, a más de 30 litros en la actualidad. La producción esperada se calcula en 1500 millones de litros, estando instaladas importantes fábricas en el país.

PAISES ESCANDINAVOS

Si bien Suecia, produce algunas cantidades de cervezas, básicamente es importador de las mismas, como lo reflejan las cifras estadísticas.

Dinamarca es el gran productor y exportador de cervezas del área nórdica. Finlandia y Noruega tienen producción propia e importan alrededor de 200.000 litros anuales cada uno de cerveza en botellas.

La importación y comercialización de bebidas alcohólicas esta a cargo de monopolios estatales en Suecia, Finlandia y Noruega.

ALGUNOS POSIBLES IMPORTADORES

AUSTRIA

KOLARIK & BUBEN
Augasse 11
1090 WIEN

ALFRED PAYSAR
Raystrasse 42
1100 WIEN

HEINRICH FORMANEK
Heilingenstädterstr. 65
1190 WIEN

ESPAÑA

CINSA
Av. Menéndez Pelayo 67
MADRID

PROD. MOR S. A.
Pérez Ayuso 10
MADRID

EXIMTRADE
Alcalá 102
MADRID

INGLATERRA

GOUGH BROTHERS LIMITED
84 Bedford Hill
LONDON SW 12

MACKENZIE & Co. Ltd.
20 Eastcheap
LONDON EC 3

JOHN HARVEY & SONS LTD.
Denmark Street
BRISTOL

UECIA

AB VIN & SPRITCENTRALEN
Box 6061
102-31 STOCKHOLM

BELGICA

COBRASSI S. A.
Rue Masini 43
1000 BRUXELLES

JASPERS S. A.
Rue Hilberti 51
1030 BRUXELLES

BREDA NV
Voorstraat 60
3000 LEUVEN

EE. UU.

BOHEMIAN DISTRIBUTING Co.
2254 E. 49th St.
LOS ANGELES, CALIFORNIA

BRIGNES & CO. INC.
105 Hudson St.
NEW YORK, N.Y.

CONTINENTAL DIST. CO., INC.
514 W. Erie St.
CHICAGO, ILL

ITALIA

ILA S.p.a.
P.zza. Repubblica 8
20121 MILANO

SOCIETA IFAR SRL
Via dei Giustatori 14
00143 ROMA

CASCHIE C. S. A. S.
Via Porta Catena 16
44100 FERRARA

NORUEGA

A/S VINMOPLET
Hasslevognsvelen 16
OSLO 5

MERCADO PARA EQUIPOS DE AIRE ACONDICIONADO

EN FRANCIA Y HOLANDA

NOMENCLATURA ARANCELARIA DE EXPORTACION

84.12.00.00 Grupos para acondicionamiento de aire que contengan en una envoltura común un ventilador con motor y dispositivos adecuados para modificar la temperatura y la humedad.

COMERCIO EXTERIOR

PAIS y AÑO	EN DOLARES U. S. A.		
	EXPORTA	IMPORTA	desde ARGENTINA
COLOMBIA (1974)	12.206	757.809	--
CHILE (1974)	Sin Datos	129.459	25.892
ECUADOR (1973)	--	794.543	--
EE. UU. (1974)	Sin Datos	35.297.774	10.515
FRANCIA (1975)	47.676.873	20.565.674	--
HOLANDA (1975)	6.846.190	14.488.990	--
MEXICO (1973)	Sin Datos	2.324.512	--
PERU (1974)	Sin Datos	511.740	--
SUDAFRICA (1974)	914.302	8.600.687	17.154
VENEZUELA (1974)	Sin Datos	8.955.404	--

PRINCIPALES COMPETIDORES

Estados Unidos, Rep. Fed. Alemana - Japón - Canadá - Reino Unido,

CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES
Gerencia de Finanzas

REGIMEN DE IMPORTACION

PAIS	ARANCEL	PREFERENCIAS	OBSERVACIONES
FRANCIA	8% s/CIF	S. G. P.: 0%	
HOLANDA	8% Ad Val	S. G. P.: 0%	

FRANCIA

BRISSONNEAU YORK
11, rue Laugier
Paris 17^e

COFRISSET
15, rue Constant
Lyon 6^e

HOLANDA

TECHNISCH BURO MECHANICA
Straatweg 70
Rotterdam

LINDE
Zankev Nederland B. V.
P. O. Box 72
Woerden

INFORMACIONES UTILES

COMUNIDAD ECONOMICA EUROPEA

La Consejería Económica ante esta entidad ha informado que por Reglamento (CEE) Nº 3057/75 del Consejo, se decidió la suspensión parcial de derechos de aduana de:

"Champignons" a excepción de los cultivados artificialmente, presentados en agua salada o adicionado de otras sustancias que sirven para asegurar provisoriamente su conservación, pero no especialmente preparados para el consumo inmediato (Partida 07.03 E) cuyo derecho alcanzaba el 12% y que pasa al 4%.

-Cebollas desecadas (Partida 07.04 A) cuyo derecho alcanzaba al 18% que pasa al 14%.

Dicha suspensión parcial rige para el período comprendido entre el 1º de enero y el 30 de junio de 1976.

-. -

Por Reglamento Nº 2887/75, la Comunidad Económica ha decidido establecer para 1976, un contingente tarifario de 8373 toneladas de pasas de uva presentadas en cajas de un contenido neto inferior o igual a 15 kilogramos (subposición 08.04 B I de la tarifa aduanera común).

Las importaciones imputables a dicho contingente estarán afectadas con un derecho aduano del 1.5% mientras que el gravamen normal para los terceros países es de 6%. No se benefician con este régimen los países que ya tienen tratamientos preferenciales para el producto citado (Grecia y Turquía).

El Reglamento incluye asimismo el detalle acerca de la distribución del contingente tarifario por los Estados Miembros, como sigue:

Benelux 791 toneladas; Dinamarca 335 toneladas; Alemania R.F. 2.335 ton. Francia 572; Irlanda 280; Italia 31 y Reino Unido 4029 toneladas.

-. -

Informaciones provenientes del Centro de Importadores de Frutas de Ultramar dan cuenta de la situación del mercado de manzanas de la Comunidad. Los actuales stocks serían los siguientes:

Bélgica: stock de 90/95.000 toneladas de calidad media

Francia: stock 500.000 toneladas de las cuales 460.000 corresponden a la variedad "Golden"; 70% serían de calibre inferior a 70 mm. de calidad media salvo 146.000 toneladas que corresponden a la producción del Loire que son de calidad excelente. Las compras de intervención a la fecha alcanzarían a las 234.000 toneladas.

Holanda: los stocks actuales suman 200.000 toneladas, 140.000 de categoría excelente y 60.000 de categoría media.

Italia: mantiene stocks por 850.000 toneladas, la calidad y los calibres son medios. Aproximadamente el 60% está en posición del comercio privado, sin embargo existe presión para que se declare estado de "crisis" favoreciendo la intervención estatal.

Reino Unido: no se conocen stocks excepto que han sido inferiores a otros años.

Alemania R.F.: los stocks alcanzan 165.000 toneladas de las cuales 60.000 se encuentran en depósitos climatizados.

En consecuencia el total de la Comunidad alcanzaría 2.110.000 toneladas.

Por su parte los pronósticos sobre exportaciones a ese mercado serían de África del Sur aproximadamente 140.000 toneladas, de Australia 60.000 toneladas, Chile 28.000 toneladas, Nueva Zelanda 45.000 toneladas.

AUSTRIA

La Comisión de Ganado y Carnes de ese país ha adoptado las siguientes decisiones:

- Se autoriza desde el 10 7-76 y hasta el 30 9-76 la importación de caballos, carne de caballo para manufactura, menudencias y jabalí entero o en media res sujeto al pago de los siguientes impuestos de equiparación:

Descripción	Volumen	Impuesto de Equiparación
Hígado de ternera	Sin restricción	ös 3.- /kg
Corazón de ternera	Sin restricción	ös 3.- /kg
Bazo de ternera	Sin restricción	ös 3.- /kg
Lengua de ternera	Sin restricción	ös 1.- /kg
Sesos de ternera	Sin restricción	ös 3.- /kg
Molleja de ternero	Sin restricción	ös 6.- /kg
Carne de caballo p/manufactura, fresca	Sin restricción	ös 0,30/kg
Lomo de caballo	Sin restricción	ös 5.- /kg
Coballo p/matadero	Sin restricción	ös 0,10/kg
Hígado de caballo fresco	Sin restricción	ös 2.- /kg
Bazo de caballo, fresco	Sin restricción	ös 2.- /kg
Corazón de caballo, fresco	Sin restricción	ös 2.- /kg
Lengua vacuna fresca	6tn/firma/trimestre	ös 3.- /kg
Lengua de cerdo fresca	6tn/firma/trimestre	ös 3.- /kg
Lengua de caballo fresco	15tn/firma/trimestre	ös 3.- /kg
Menudencia de cerdo fresca	500tn/firma/trimestre	ös 5.- /kg
Hígado de cerdo fresco	5tn/firma/trimestre	ös 5.- /kg
Hígado vacuno, fresco	3tn/firma/trimestre	ös 5.- /kg
Jabalí entero o media res	15tn/firma/trimestre	ös 3.- /kg
Corazón de cerdo	3tn/firma/trimestre	ös 3.- /kg
Lengua de cerdo, congelada	5tn/firma/trimestre	ös 2.- /kg
Menudencias de cerdo congelada	3tn/firma/trimestre	ös 5.- /kg
Hígado de cerdo congelado	10tn/firma/trimestre	ös 2.- /kg
Cabezas de cerdo	15tn/firma/trimestre	ös 2.- /kg
Lengua vacuna congelada	10tn/firma/trimestre	ös 2.- /kg
Hígado vacuno congelado	5tn/firma/trimestre	ös 3.- /kg
Lengua de caballo congelada	15tn/firma/trimestre	ös 2.- /kg
Hígado de caballo congelado	15tn/firma/trimestre	ös 2.- /kg
Bazo de caballo congelado	15tn/firma/trimestre	ös 2.- /kg
Corazón de caballo congelado	15tn/firma/trimestre	ös 2.- /kg
Carne de caballo para manufactura, congelada	300tn/firma/trimestre	ös 0,30/kg

Para la fabricación de productos para untar y de "knodel" de hígado:

Hígado de cerdo congelado	12tn/firma/trimestre	ös 2.- /kg
Hígado vacuno congelado	12tn/firma/trimestre	ös 3.- /kg

Se autoriza sin restricción de volumen la importación de ternera fresca con o sin cuero entre el 16/7/76 y el 30/9/76

Ternera fresca con piel, sin cabeza, sin pulmones peso de 50 a 150 kg. por unidad, carne blanca ö\$ 5.-/kg

Ternera entera, sin piel, sin cabeza, sin pulmones peso de 50 a 110 kg. por unidad, carne blanca ö\$ 8.-/kg

Con relación a la importación de carne y productos cárneos en el marco de los contingentes GATT, de Ferias y AELC se establece lo siguiente:

- Se autoriza la importación entre el 1.7 hasta el 31.12.76 de carne y productos cárneos provenientes de países miembros del GATT hasta chelines austríacos 25.000 (u\$s 1.400) por firma, hasta cubrir un contingente global de ö\$ 2.825.000 (u\$s 154.000). Teniendo en cuenta los acuerdos comerciales, pueden importarse bajo las mismas condiciones mercadería por valor de ö\$ 300.000 (u\$s 16.300) provenientes de Italia.
- Se autoriza la importación de hasta ö\$ 50.000 por exposición de aquellos países que estén representados en las siguientes ferias:

Feria Internacional de Viena de Primavera y Otoño
Feria Internacional de Gratz de Primavera y Otoño
Feria de Klagenfurt
Feria de Innsbruck
Feria de Dornbirn
Feria de Ried o Wels

- Se autoriza la importación de carne y productos cárneos por un valor de hasta 750.000 chelines austríacos (u\$s 41.000) de productos provenientes de países miembros de la Asociación Europea de Libre Comercio.

La Junta Reguladora de Granos de Austria ha dispuesto lo siguiente:

- Se autoriza la importación de semillas de trigo, de centeno, de cebada, de avena, de maíz y de mijo destinadas a cultivo a través del "sistema simplificado de importación" por el cual se le otorga permisos de importación a la presentación del importador.
- Se autoriza la importación de maíz para molienda correspondiendo a nuestro país las siguientes características:
maíz duro natural colorado; humedad 15,5%; rendimiento 60% mínimo de harina, (no se autoriza la importación del dentado color amarillo).
Cada firma importadora puede solicitar licencias para la importación de 150 toneladas. Una vez efectivizada la importación podrán solicitar licencias adicionales.
- Se autoriza hasta el 30/12 la importación de 5.000 toneladas de afrecho y afrechillo de trigo con las siguientes características: utilizando un colador de 125 micrones residuo máximo 10% del peso, ceniza libre de arena más del 4,7% de la substancia seca.



CHECOSLOVAQUIA
PRACTICAS COMERCIALES

Las actividades del comercio exterior en la República Socialista de Checoslovaquia, como en la totalidad de la actividad económica, es producto del sistema planificado de la economía. Las empresas de comercio exterior si bien gozan de una cierta autonomía en la elección de sus proveedores, sus compras en el exterior se encuentran establecidas en las directrices del Plan Económico. Si la importación de un producto no está previsto en los objetivos fijados, no podrá realizarse aunque el producto sea del agrado del consumidor o de una empresa por su calidad, precio o cualquier otro motivo.

El Ministerio Federal de Comercio Exterior asegura las condiciones político-comerciales para el intercambio de productos y servicios con el exterior. Es el órgano central que prepara, elabora, analiza y controla el plan de comercio exterior como parte integrante del plan estatal de la economía.

Por ello y respondiendo a esa planificación, ante una necesidad de importación de un terminado producto no solo se difunde esa necesidad y se aguardan las ofertas, sino también se activa a los representantes comerciales de Checoslovaquia en el exterior para ubicar a los posibles proveedores.

El carácter estatal de la economía lleva a las autoridades de comercio exterior a atribuir gran importancia a los contratos de gobierno, con ello procuran dar al comercio bilateral una estructura que lo oriente dentro de una relativa planificación.

Las empresas interesadas en penetrar en el mercado checoslovaco deberán tener en cuenta esa tendencia a la planificación en la cual se desarrollará el intercambio.

Sin embargo esa estructura institucional generalmente tiende a generar el desenvolvimiento del comercio.

Si bien los contratos con las empresas de comercio exterior no son concluidos con gran rapidez, las prolongadas negociaciones dan sus frutos; después de haberse adquirido confianza en el proveedor, las empresas de comercio exterior tienden a transformarse en un cliente fiel y duradero. Llegándose en algunos casos a la firma de contratos a largo plazo que aseguran continuidad en los pedidos.

En algunas ocasiones los contratos son concluidos con mayor rapidez, lográndose los mismos resultados.

Los exportadores argentinos que deseen hacerlo a la República Socialista de Checoslovaquia deben tener presente:

- Identificar la empresa de comercio exterior que importa sus productos. En algunos rubros puede darse el caso que sean más de una empresa.

- Las ofertas pueden hacerse directamente a las empresas en inglés, francés o alemán, o a través de la Consejería Económica la que elevará las mismas en idioma checo.
- Las ofertas deberán contener la mayor cantidad posible de informaciones sobre el producto, precio, plazos de entrega, etc.
- Los precios deberán ser, dentro de lo posible, CIF Hamburgo.
- El envío de muestras, en algunos casos, es fundamental.
- Para los productos de consumo, como confecciones, calzados, alimentos, etc. deberán ofrecerse de mediana calidad, salvo que por los precios se justifique las ofertas de productos de muy buena calidad.
- Para los productos industriales las posibilidades de colocación pueden aumentarse con el ofrecimiento simultáneo de una complementación, destinada no solo al mercado checoslovaco sino también a los de terceros países.
- Mantener contacto permanente con la Consejería Económica, la que podrá hacer un seguimiento, dada las características del sistema económico, y podrá brindar asimismo un apoyo a las ofertas presentadas en las condiciones arriba establecidas.

Por último, existe una red de tiendas distribuidas por todo el país llamadas TUZEX, que al mismo tiempo es una empresa de comercio exterior.

Estas tiendas venden productos de consumo en monedas fuertes.

Como consecuencia de la inconvertibilidad de la corona checoslovaca y a la necesidad de divisas para sus operaciones con los países occidentales, las tiendas TUZEX venden a la población extranjera (diplomáticos, etc.) o local y a turistas productos de mejor calidad (extranjeros o nacionales) que los ofrecidos en los comercios normales contra el pago de monedas libremente convertibles o bonos especiales.

Los ciudadanos checoslovacos que reciben dinero del exterior obtienen bonos TUZEX o aquellos que han realizado trabajos fuera del país y son retribuidos en monedas fuertes (diplomáticos, técnicos, etc.) pueden al regresar cambiar las divisas por dichos bonos.

Los mismos pueden venderse una vez, lo cual permite el acceso a los productos de mejor calidad a una gran parte de la población. En algunas oportunidades los productos cuya venta al consumidor se realizan originariamente en las tiendas TUZEX pasan a ser comercializados más tarde en las otras casas comerciales, contra coronas checoslovacas, comprendiendo todo el mercado.

Las importaciones de artículos de consumo para TUZEX pueden ser hechas directamente por su casa central en PRAGA o por las empresas de comercio exterior competentes según los productos -alimentos, ropa, cosméticos, juguetes, artículos de deporte, etc.-

EMPRESAS DE COMERCIO EXTERIOR CHECOSLOVACAS

CHEMAPOL

9, Panská

Praha 1

Productos químicos y materias primas químicas

KOOSPOL

47, Dukelských hrdinů

Praha 7

Productos agrícolas y alimenticios

LIGNA

41, Vodická

Praha 1

Crines y cerdas animales. Madera y productos de la industria de la madera y del papel

CZECHOSLOVAK CERAMICS

1, V. Jáme

Praha 1

Materias primas cerámicas. Materiales de construcción, Abrasivos, Sanitarios, Porcelana y loza.

METALIMEX

34 Stepánská

Praha 1

Minerales, Metales y Combustibles Sólidos

CZECOSLOVAK FILMEXPORT

28, Václavské náměstí

Praha 1

Películas de largo y cortometraje. Noticiarios
Películas para televisión

OMNIPOL

11, Washingtonova

Praha 1

Armas y municiones para el deporte y caza.
Aeronaves, instalaciones de aeropuertos, gasolineras, y fábricas de aviones.

EXICO

47, Dukelských hrdinů

Praha 7

Artículos de cuero

MERKURIA

47, Dukelských hrdinů

Praha 7

Bienes de Consumo manufacturados.

MOTOKOV

47, Dukelských hrdinů

Praha 7

Vehículos y productos de la industria mecánica ligera.

CENTROTEX

47, Dukelských hrdinů

Praha 7

Productos de la industria textil

KARAEXPORT
25, Vysehradská
Praha 2

ARTIA
30, Ve Smeckách
Praha 1

FERROMET
27, Opletalova
Praha 1

INVESTA
47, Dukelských hrdinů
Praha 7

KOVO
47, Dukelských hrdinů
Praha 7

SKODAEXPORT
56, Václavské náměstí
Praha 1

PRAGOEXPORT
34, Jungmannova
Praha 1

UNICOOP
5, Tesnov
Praha 1

STROJEXPORT
56, Václavské náměstí
Praha 1

STROJIMPORT
1, Václavské náměstí
Praha 1

TRANSAKTA
11, Letenská
Praha 1- Malá Strana

TUZEX
13, Rytířská
Praha 1

Pieles, cueros, artículos de peletería

Artículos culturales

Productos metalúrgicos

Soportes, maquinaria y material de montaje para las industrias textil, del vestido, del cuero, del caucho, del calzado y del tabaco. Proyecciones, dibujos, asistencia técnica e instalaciones industriales completas.

Aparatos de precisión

Equipo e instalaciones para las industrias energética y metalúrgica.

Accesorios para el vestido, artículos de fantasía, cuero trabajado, artículos de deportes, lápices, cepillos, etc.

Cooperativa de exportación e importación del Consejo Central de Cooperativas

Maquinarios e instalaciones industriales

Maquinaria e instalaciones industriales

Agencia de transacciones comerciales. Representación de firmas extranjeras. Filiales de venta por menor exentas de derechos arancelarios y de impuestos.

Sociedad de comercio exterior de venta por menor de mercancías pagaderas en divisas

PERSPECTIVAS DEL MERCADO FINLANDES

Existen importantes factores que aumentan considerablemente las posibilidades de los productos argentinos de este mercado. Finlandia practica una política de especialización en sus exportaciones y liberalización de las importaciones, las cuales abastecen el 30% de su consumo; este país es importador de productos agropecuarios, especialmente de zona templada y cálida, con períodos estacionales diametralmente opuestos a los nuestros en intensidad y tiempo.

Las altas cifras de importación finlandesas (6.695 millones de dólares en 1974) y el reducido monto de nuestras exportaciones (6 millones) son ya demostrativas del alto potencial importador de este mercado.

Asimismo, en este país existe un altísimo costo de la mano de obra y una relación de cambio que permite la presencia de productos originarios de las zonas más alejadas del mundo.

Es evidente que el reducido volumen histórico del comercio exterior con este país, su desconocimiento y alejamiento de las rutas tradicionales del comercio, han dejado esta plaza descuidada por parte de nuestros exportadores. Por otra parte, las exigencias en calidad y plazos de envío, las particulares formas de comercio entre los países nórdicos pueden considerarse también como causales que han desestimulado a los comerciantes argentinos.

Otro factor que facilita, o dificulta nuestras exportaciones, es el escaso número de importadores de artículos de consumo terminados que normalmente se reduce a unas pocas cooperativas, este hecho mantiene estrecha relación con la exigua cantidad de habitantes (4.500.000) pero de alto nivel de consumo (3.500 dólares per cápita)

En este campo debe señalarse que la influencia de estas cooperativas, principalmente de producción agropecuaria y consumo, en la política de desanimar a los importadores, sobre todo de carnes, algunos cereales y productos de granja.

Con relación a la expansión de las exportaciones de nuestro país, Argentina solo provee el 1,25% de las importaciones totales con los productos que actualmente envía.

En términos generales, la Argentina exportó 6 millones de dólares de productos cuya importación desde otros destinos asciende a 473 millones de dólares, sin incluir la entrada de ciertos tipos de granos y/o pellets que provienen de depósitos existentes en Amsterdam, constituidos por productos argentinos.

La escasa participación argentina en el abastecimiento local de productos con los cuales se compite favorablemente en casi todos los mercados, la amplitud de las importaciones finlandesas de estos productos, permite suponer que podrían alcanzar rápidos resultados en el corto plazo.

Con relación a los productos de mayores posibilidades de colocación, y considerando que parecería oportuno incrementar al máximo la exportación de los que ya han estado

presente en este mercado, merecería inmediata atención la situación de las exportaciones de frutas, tripas, cueros y vinos.

Siendo los tres primeros productos tradicionales, cuyos exportadores han adquirido experiencia al respecto, cualquier acción podría comenzar por la consideración de los inconvenientes existentes para incrementar los envíos. En cuanto a los vinos, cabe señalar que la totalidad de las ventas de productos conteniendo alcohol está en mano de un monopolio estatal, ALKO S. A. - y que los antecedentes de nuestra presencia en Suecia, con vinos de mesa transportados a granel, son de aplicación en Finlandia.

Otro sector en el cual la Argentina podría estudiar el incremento de sus envíos, sería el de los productos del Capítulo 41 de la Nomenclatura Arancelaria -Piel y Cueros- ya que actualmente se está presente con casi 2 millones de dólares o el 5% de productos que se importan por 39 millones de dólares.

En cuanto a los envíos de lana, algodón y las manufacturas de estos, nuestro país exporta 270.000 dólares, participando con sólo el 0.36%, de importaciones por 76.642.000 dólares. Entre estos rubros cabe destacar los de la posición 55.09 -Demás tejidos de algodón- cuya importación asciende a 49 millones de dólares, de los cuales sólo 34.000 dólares son provistos por nuestro país, con una participación del 0.07%

En lo que respecta a las importaciones no tradicionales, merece señalarse que este país importa más del 80% de sus necesidades de vehículos automotores.

Otro factor ponderable para nuestras exportaciones lo representa la vigencia en los países nórdicos del Sistema Generalizado de Preferencias (UNCTAD), facilidades que contribuyen a mejorar la capacidad competitiva de los exportadores argentinos.

PRODUCTOS ARGENTINOS CON MAYORES POSIBILIDADES DE COLOCACION EN EL MERCADO NORDICO

Merluza (filetes)
Flores frescas (rosas y claveles)
Miel natural
Frutas frescas, incluidas cítricas
Frutas desecadas (duraznos, damascos, ciruelas)
Hortalizas frescas y deshidratadas
Cereales
Aceites Vegetales
Mariscos congelados y envasados
Caramelos
Te
Dulces y mermeladas
Espárragos envasados
Tomates y extracto de tomates envasados
Duraznos y damascos envasados
Jugos cítricos
Jugos de otras frutas (esp. uva y manzana)
Vinos a granel y embotellados

HOLANDA

La Consejería Económica Argentina en ese país informa acerca de la preocupación que existe entre los importadores holandeses de afrechillo de trigo, debido a las probadas dificultades ante las autoridades aduaneras por el elevado contenido de almidón comprobado en las últimas partidas recibidas.

Se recuerda a los interesados que la legislación del Mercado Común Europeo solo permite un máximo de 28% de contenido de almidón en el producto y las reiteradas transgresiones a la norma podrían dar lugar a la prohibición de su importación.

JAPON

Jugos concentrados de naranja, uvas y manzanas.

Estos productos están sujetos al régimen de cuotas, las que corrientemente ascienden a 1.000 toneladas por año para cada tipo de jugo. Sin embargo deben tomarse en cuenta las formas de operación del mercado. La costumbre, salvo casos de excepción, ha sido la de analizar las propuestas que, con suficiente antelación hacen llegar los interesados en vender el producto, para que se proceda a su análisis en relación a las calidades, precios y condiciones de venta, ya que la apertura de las cuotas se efectúa por períodos que no exceden de la semana. En consecuencia la conveniencia indica que resulta pertinente presentar las ofertas con anticipación actualizando los datos correspondientes a precios u otros que sufran modificaciones.

Son cuatro las Asociaciones del país que están autorizadas a importar jugos concentrados de esas variedades. Pero las mismas no efectúan las importaciones directamente sino que lo hacen a través de firmas de comercio exterior.

Las Asociaciones y sus importadoras son las siguientes:

a) Japan Fruit Juice Association

Importadora TAKASAGO PERFUMERY CO. LTD.

Mr. Okamoto

4-1, Hatchobori 1-chome, Chuo-ku, Tokyo

Telex: 246-6012 TAKAS J

MITSUI & CO. LTD.

Provisions Department

Mr. Shibata

2-9, Nishi Shimbashi 1-chome

Minato-ku, Tokyo

Telex: J22253 MITSU

MARUBENI CORP.

Marubeni Bldg., 4-2, Ote-machi

1-chome, Chiyoda-ku, Tokyo

Telex: J22326

b) Japan Fruit Juice Manufacturers Corporations

Importadora C. ITO & CO. LTD.

4, Nihombashi Hon-cho, 2-chome

Chuo-ku, Tokyo

Telex: J22295 ITOCHU

c) Japan Soft Drink Bottlers Associations

Importadora NISSHIN TRADING CO., LTD.

Nishikan Toranomon Bldg. 9F

8-1, Sakuragawa-cho, Shiba Nishikubo,

Minato-ku, Tokyo

d) National Federation of Agricultural Cooperativa Associations

Importadora KUMIAI BOEKI K.K.

Nokyo Bldg., 8-3, Otemachi,

1-chome, Chiyoda-ku, Tokyo.

CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES

JAPON (Cont.)

Según informaciones de nuestra Consejería Económica en Japón, se ha abierto una cuota para importaciones de leche y suero en polvo, destinada a ser utilizada en la elaboración de forrajes para ganado, siendo la fecha de vencimiento de presentación de solicitudes el 21 de setiembre del corriente año, y el volumen de las cuotas de 10.500 Tn. para suero en polvo y 20.000 Tn. para leche descremada en polvo aproximadamente.

En este caso, dado que los productos no se importan para la alimentación humana, la empresa estatal "Livestock Industry Promotion Corporation" no interviene en la adjudicación, sino que corresponde al Ministerio de Comercio Exterior e Industria.

Los países que tradicionalmente abastecen a Japón en estos rubros son Canadá, Estados Unidos, Nueva Zelanda, Australia, Gran Bretaña, Irlanda y Holanda.

-.-

Se abrió también una cuota de importación para varios productos lácteos y cereales. El destino de estos productos una vez importados debe ser necesariamente el de insumos para artículos elaborados, de ahí que los volúmenes, aunque se desconoce la cifra exacta, no sean importantes, salvo para trigo.

La lista de productos incluidos en la cuota es la siguiente:

04.02	leche condensada
04.02	leche descremada en polvo
04.02	leche entera en polvo
04.03	aceite de manteca (butter oil)
10.01	trigo
10.03	cebada
10.06	arroz: entero y roto
11.08	féculas

La fecha de vencimiento de presentación de solicitudes por las firmas importadoras japonesas es el 20 de setiembre de 1976.

En lo que respecta a las importaciones de porotos, las firmas importadoras japonesas prácticamente ya han negociado sus cuotas, por lo que en la actualidad casi no hay operaciones. En noviembre próximo se abriría una nueva cuota de importación, por lo que es conveniente que los exportadores hagan llegar ya propuestas a las siguientes firmas interesadas:

ATAKA CO. LTD.	Telex	J22304
MITSUBISHI CO	"	J22222
MITSUI CO.	"	J22253
NICHIMEN CO	"	J22620
TOYO MENKA,	Bernardo de Irigoyen 1903, Buenos Aires.	

ITALIA

La Comisión de la Comunidad Económica Europea aprobó la decisión de prorrogar por el término de tres meses, la autorización para aplicar un depósito previo sobre las importaciones, tanto comunitarias como procedentes de otros países. El depósito previo alcanza al 50% del valor de las importaciones y tiene como objeto la restricción de éstas y la reducción de la liquidez monetaria, medidas estas tendientes a estabilizar la cotización de la lira y reconstituir parcialmente las reservas monetarias del país.

INDICACIONES PARA EXPORTAR A LA REPUBLICA FEDERAL DE ALEMANIA

INDICE

1. Informaciones básicas sobre la República Federal de Alemania
 - 1.1. Territorio y población
 - 1.2. Poder adquisitivo e importación
 - 1.3. Características del mercado

2. Vías de distribución e intermediarios
 - 2.1. Canales de importación
 - 2.2. El rol específico del agente comercial
 - 2.3. Los negocios por comisión y consignación

3. Gestión de relaciones de importación
 - 3.1. Entidades oficiales de información y organismos relevantes
 - 3.2. Organizaciones y puestos de contacto de la economía alemana
 - 3.3. Participación en exposiciones y ferias de la República Federal de Alemania
 - 3.4. Anuncios y editoriales de direcciones

4. Indicaciones de negocio
 - 4.1. Investigación de mercado y publicidad
 - 4.2. Preparación de la oferta
 - 4.3. Relaciones de negocio a largo plazo.

5. Disposiciones sobre la importación
 - 5.1. Generalidades
 - 5.2. Importación sin licencia
 - 5.3. Importación con licencia
 - 5.4. Prescripciones especiales para productos incluidos en una organización de mercado de la Comunidad Europea
 - 5.5. Otras prohibiciones y restricciones de importación
 - 5.6. Preceptos de embalaje y rotulación
 - 5.7. Otras prescripciones, especialmente normas técnicas industriales

6. Gravámenes de importación
 - 6.1. Arancel de aduanas

1. INFORMACIONES BASICAS SOBRE LA REPUBLICA FEDERAL DE ALEMANIA.

1.1.- Territorio y población: La República Federal de Alemania comprende un territorio de 249000 qkm. Con aprox. 62 millones de habitantes tiene por tanto una densidad demográfica de 250 personas por qkm.

Ciudades mayores son (en miles de habitantes)

Berlin (Oeste)	2043,2	Francfort	655,2
Hamburgo	1742,4	Dortmund	639,0
Munich	1323,4	Stuttgart	612,3
Colonia	1015,9	Bremen	580,8
Düsseldorf	718,4	Hannover	572,3
Essen	688,2		

Importantes centros del comercio y de la industria están distribuidos por todas las comarcas de la República Federal. Sin embargo, existen puntos de concentración regionales para la importación y distribución de determinadas mercancías, que sería conveniente tener en cuenta al entablar relaciones de negocios. Requiere cuidadoso estudio la cuestión de si se ha de optar por una representación para todo el territorio federal o por representaciones regionales.

1.2.- Poder adquisitivo e importación: La cifra de la población activa en la R.F.A. sólo aumentó de 20,4 millones en 1950 a 26,2 millones en 1974. En el período comprendido entre 1960 y 1974, el producto nacional bruto engrosó (según precios respectivos) desde 302.000 millones DM a 926000 millones DM. La renta del trabajo de los asalariados se incrementó en el mismo período en un 283%. Las importaciones subieron de 44300 millones DM en el año 1961 hasta 179700 millones DM en 1974. En consecuencia, la R.F.A. dispone de un potencial de mercado extraordinariamente grande y en pleno crecimiento, ante todo para productos de importación. Después de los EE. UU. la República Federal de Alemania es el mayor país importador por su cuota del 8,3% de la importación mundial en el año 1974.

Con un monto global de 44200 millones DM en mercancías exportadas a la R.F.A. en 1974 los países en desarrollo recabaron para sí más del 22% del total de importaciones alemanas. Crece rápidamente la demanda de materias primas, semifabricados y productos terminados. El considerable superávit de exportación garantiza la solvencia necesaria. El Gobierno sigue una política comercial liberal y fomenta las importaciones, principalmente de países en crecimiento, entre otras cosas, mediante los servicios de contacto e informativos de la Oficina Federal de Información para el Comercio Exterior (BfA)

1.3.- Características del mercado: La R.F.A. es en verdad una gran plaza de compradores. La política económica, con su orientación de mercado y la ausencia de limitaciones a la importación— especialmente en el sector artesano e industrial— aseguran a los 62 millones de consumidores una amplia oferta de mercancías a precios aceptables. Las mercancías extranjeras pueden competir libremente con productos alemanes, sin resultar postergadas por convenios o limitaciones de importación.

La libre competencia crea condiciones bastante duras. Son críticamente examinadas la calidad, presentación y precio de las mercancías. El abastecimiento puntual, fiel a la muestra, y también la entrega sin inconvenientes de los repuestos y el buen servicio en los productos técnicos siempre serán ventajas en la lucha por la conquista del mercado.

Es difícil introducirse en el mercado alemán. Un marketing concebido a largo plazo y bien planeado— en general, no por el oferente extranjero, sino por el importador alemán— es a menudo la condición previa para el éxito en los negocios.

2.- VIAS DE DISTRIBUCION E INTERMEDIARIOS

2.1.- Canales de importación: En la República Federal de Alemania no existen reglamentaciones estatales que obliguen a los proveedores extranjeros a seguir un camino predeterminado para la colocación de sus mercancías. La venta de sus mercancías puede tener lugar según sus preferencias, mediante:

- el comercio tradicional de importación
- el comercio al por mayor
- el comercio minorista directamente importador y sus empresas de grandes establecimientos
- las agrupaciones de compra de las cooperativas y del comercio al detalle
- la industria directamente importadora
- los agentes intermediarios de venta (representantes, comisionistas).

En el comercio de importación son frecuentes las especializaciones en determinados productos o países proveedores. Este ramo, por razón de su gran experiencia es particularmente idóneo para abrir el camino del mercado alemán a suministradores menos conocidos del mismo. Pero, también desarrollan actividades de importación otros sectores del comercio al por mayor que por su parte se esfuerzan por asegurar el abastecimiento del comercio minorista, de la industria y de la artesanía. Las casas de comercio al por mayor están por lo general especializadas en ciertos productos o ramos. Muchas de ellas tienen buenas representaciones en todas partes de la República Federal de Alemania. Otras limitan su actividad a ciertas zonas.

En el sector de los bienes de consumo, los comerciantes minoristas, consorcios de almacenes-tienda, casas de comercio por consignación, así como centrales de compra del comercio al detall y de las cooperativas, han ampliado su posición de importadores directos (especialmente en mercancías de alimentación, textiles, menaje doméstico, muebles) Puede partirse de la base de que más del 50% de los bienes de consumo importados en la R.F.A. son directa o indirectamente vendidos al consumidor final por los consorcios de almacenes-tienda y firmas por consignación. En parte, estas casas organizan además producciones en el extranjero con su propia marca y según sus especificaciones. A tal efecto puede facilitar datos la Comunidad de Trabajo de grandes y medianos establecimientos de comercio al, por menor, cuya dirección es la siguiente:

Bundesarbeitsgemeinschaft der Mittel- und Grossbetriebe des Einzelhandels
D-5 Köln 51, Lindenallee 70

La industria alemana no sólo depende de importaciones en gran escala de materias primas y semifabricados, pues adquiere asimismo manufacturas importadas para ampliar su surtido de mercancías. Altos costos salariales han contribuido además esencialmente al desarrollo de una división internacional del trabajo. En consecuencia, ciertas producciones han sido ya trasladadas en amplitud considerable a países extranjeros con costos más favorables. Por tanto, vale la pena que especialmente los productores extranjeros averigüen todas las posibilidades de cooperación con fabricantes alemanes, que pueden comprender desde contratos de suministro, asesoramiento o licencia, hasta participaciones.

En las vías de distribución tratadas hasta ahora, se consideran aquellas en las cuales los exportadores extranjeros mismos establecen el contacto directo con los compradores alemanes. Aparte de éstas existe naturalmente la posibilidad de la mediación por representantes comerciales, agentes cif y comisionistas.

2.2.- El rol específico del agente comercial: Por su condición de intermediario de ventas, el agente comercial (Handesvertreter) es particularmente importante para aquellas casas productoras y exportadoras en el extranjero, que quieran mantener un contacto sistemático con el mercado alemán, prescindiendo de la fundación de sucursal propia.

Con el fin de que el representante comercial o agente mediador pueda acercar en la forma más conveniente la mercancía al cliente, ha de saber exactamente qué es lo que ofrece

CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES

Gerencia de Finanzas

y cuál es la capacidad de rendimiento de la casa extranjera representada. Por tanto, es primordial hablar detalladamente con el representante comercial sobre programa de producción, condiciones de suministro y de pago, transporte, presentación de la mercancía y promoción de ventas, así como sobre composición técnica de los productos y sus posibilidades de aplicación.

Con frecuencia, los representantes comerciales se quejan de que las muestras llegan a sus manos con tal demora que su trabajo resulta prácticamente imposible. Ha de dedicarse especial atención al hecho de que se suministre siempre un producto que coincida exactamente con la muestra - por ejemplo en caso de géneros textiles incluso en cuanto a matices de color - procurando entregar las partidas dentro de los plazos acordados. Asimismo el cliente alemán está acostumbrado a que se tramiten con diligencia las eventuales peticiones de información y las reclamaciones.

El comitente extranjero ha de tener en cuenta además que para hacer negocio en la República Federal de Alemania, se necesita siempre un periodo de introducción de varios años.

Es además costumbre en Alemania que el representante comercial trabaje para varias casas industriales productoras de mercancías que se complementan entre sí. Con ello logra hacerse más interesante para sus clientes, y simultáneamente consigue una mejor visión del mercado y de la solvencia de los mismos.

En las negociaciones con el representante debe determinarse el distrito en que éste ha de trabajar. Algunos fabricantes extranjeros solo quieren establecer contacto con un agente comercial para toda la República Federal de Alemania, que luego colabora con otros colegas. Pero teniendo en cuenta que en la R. F. A. hay pluralidad de grandes centros económicos, muchas veces resultará necesario emplear a varios agentes comerciales. Lo más conveniente es que el productor extranjero inicie sus negocios en uno o dos distritos, ampliándolos posteriormente. En cuanto a la extensión de estas zonas, es de esperar que los propios representantes hagan sus propuestas en las negociaciones con la casa exportadora.

En ciertos casos puede ser útil para el fabricante extranjero montar un almacén de abastecimiento en Alemania, para así poder entregar más rápidamente al consumidor las mercancías encargadas. La mercancía almacenada de esta manera seguirá siendo propiedad del remitente extranjero hasta el momento de la venta; al representante se le pagará la comisión solo en el momento en que la mercancía esté vendida. Si el representante comercial se hace cargo de la instalación y administración de un almacén de suministro procede abonarle una remuneración (subvención fija, mayor provisión de fondos, etc.) para cubrir los gastos del mismo. También cabe la posibilidad de instalar el almacén en una casa expedidora.

Representante o agente comercial - según definición del art 84 del Código de Comercio Alemán - es aquel que, con actividad lucrativa independiente, actúa de mediador en los negocios de otra empresa, o los concluye en nombre de otros. - No obstante, en el tráfico comercial se define también como representante a la persona constantemente encargada de vender los productos de otro en nombre propio y por cuenta propia (comerciante por cuenta propia). Aunque el derecho alemán considere al representante comercial como negociante independiente, tiene en cuenta el hecho de que el representante - a causa de la relación especial de servicio establecida en el contrato de representación comercial - entra en dependencia social respecto a la firma comitente, situación esta por la que merece especial protección. En la medida en que el derecho de representación comercial - prescribe tal protección del representante, ésta tiene carácter obligatorio, es decir no puede ser eliminada mediante contrato. Esto rige en especial para el llamado derecho de compensación, es decir el derecho que, en el momento de terminar la relación contractual, le corresponda al representante comercial en virtud de comisiones no cobradas así como en compensación de las ventajas que la firma representada pueda obtener todavía en un futuro gracias a la previa actividad del representante.

Puede pedirse un modelo de contrato de representación a la Central vereinigung Deutscher Handelsvertreter- und Handelsmakler- Verbände, D- 5000 Köln 41, Geleniusstrasse 1. Esta organización es la asociación profesional de cobertura de los representantes, estando agrupadas en ella 12 asociaciones regionales y numerosas sectoriales.

2.3.- Los negocios por comisión y consignación: En contraposición al representante comercial, que obra en nombre ajeno y por cuenta ajena, el comisionista es un comerciante que realiza operaciones en nombre propio y por cuenta ajena. Son base legal para este caso los artículos 383 y 406 del Código de Comercio Alemán (HGB). Se distinguen los conceptos, comisión de compra y comisión de venta, en el comercio exterior, comisión de exportación y de importación. Puesto que el comisionista hace negocios en nombre propio, llega a ser parte contratante, a diferencia del agente comercial. Pero como al mismo tiempo concierne las operaciones comerciales por cuenta de otro, que es el comitente, a de traspasar a este último la operación comercial que se ejecuta en virtud del contrato de comisión.

En algún caso puede resultar conveniente que el proveedor extranjero instale en Alemania un almacén de suministro o de consignación. Si el representante o comisionista mantuviere este almacén para la casa remitente, habrá de concertar ambos un contrato especial de almacenaje de consignación, junto al contrato de representación. Para el consignatario, tal procedimiento puede tener la ventaja de que -en contraposición al comerciante por cuenta propia- no ha de asumir por completo el riesgo de ventas; y por el otro lado, con la posibilidad de poder efectuar los suministros rápidamente desde el almacén, se combina para el comitente la ventaja de una seguridad real, puesto que hasta el momento de venta, la mercancía sigue siendo de su propiedad. Si además se da la posibilidad de almacenar la mercancía de tal manera que el despacho para la libre disposición solo se realice en el momento de la enajenación, se gana la ventaja de poder devolver una mercancía que no encuentre compradores, evitando el complicado proceso de devolución de los gravámenes de importación.

El derecho vigente arancelario de comercio exterior alemán permiten proceder de este modo. Concretamente rige lo siguiente:

En primer lugar el consignatario alemán puede establecer un almacén privado aduanero, prescindiendo de precinto adicional de la aduana, para depositar las mercancías importadas sin pago de aranceles, ni aplicación de las normas jurídicas económico- exteriores de la importación, hasta el momento de la venta de las mismas. Pero si el consignatario no dispone de local adecuado para tal almacenamiento o no quieren someterse a las prescripciones formales para el mantenimiento de un almacén privado aduanero, en este caso puede optar por ingresar las mercancías en un almacén aduanero público (de depósito general), donde permanecen guardadas bajo precinto aduanero pagando almacenaje. Pero en esta alternativa, -igual que en el almacén privado-, tampoco se pagan gravámenes de importación hasta la salida del género, y los requisitos formales de la importación sólo han de cumplirse cuando las mercancías pasen al tráfico libre (véase Nº 6.3)

El consignatario puede también presentar las mercancías al despacho aduanero usual, trasladándolas después como mercancías en tráfico libre a un almacén de consignación. En caso de no poder venderse las mercancías, y proceder a su reexportación, puede conseguirse la devolución de los derechos aduaneros desembolsados. La base de la valoración aduanera de mercancías de consignación es el precio normal en el lugar de importación, es decir el precio ofrecido por el primer comprador en Alemania, incluyendo la comisión del consignatario alemán.

3. GESTION DE RELACIONES DE IMPORTACION

3.1. Entidades oficiales de información y organismos relevantes: La Oficina Federal de información para el Comercio Exterior (BfA) es el órgano oficial alemán normalmente competente para cuestiones del comercio exterior, incluyendo la tramitación de las peticiones extranjeras de contactos de todas clases. La BfA publica gratuitamente en su suplemento Preguntas del extranjero - (Auslandsanfragen) todas las ofertas de mercancías y deseos de cooperación y de in-

versiones que se le dirijan. Este suplemento se difunde en amplios círculos de la economía alemana, unido al diario -Noticias de Comercio Exterior- (Nachrichten für Aussenhandel) y con el semanario -Servicio de Comercio Exterior- (Aussenhandelsdienst). Puede pedirse gratuitamente a la BfA (D. 5 Koeln, Blaubach 13) una hoja informativa con más detalles sobre este Servicio BfA en alemán, inglés, francés. Por lo demás, para las casas extranjeras que quieran entablar relaciones comerciales con empresas de la República Federal de Alemania, es conveniente que se dirijan por lo pronto a la representación oficial (embajada, consulado, centro comercial) de su país en la R. F. A. o a la representación de la R. F. A. en el país afectado.

Sobre eventuales contingentes de importación informa la Oficina Federal del Comercio, Industria y Artesanía- Bundesamt für gewerbliche Wirtschaft- (D-6 Frankfurt/Main, Bockenheimer Landstrasse 38 bis 40)

La Dirección de Aduanas competente facilita aclaraciones sobre gravámenes de importación.

La Oficina Federal de Estadística, Statistisches Bundesamt - (D-62 Wiesbaden, Postfach 828) confecciona documentaciones estadísticas sobre la importación y exportación de la República Federal de Alemania, según países y mercancías. Las publicaciones de datos relativos al comercio exterior, elaborados por esta Oficina, pueden adquirirse en la Editorial Kohlhammer, Veriag C. Kohlhammer, D. 65 Mainz 42, Siemens-strasse 3 (Véase también el num. 7)

En la obra de consulta -Paulini- (véase el num. 3. 2) se encuentran las direcciones sistemáticamente ordenadas de todos los organismos centrales alemanes.

3.2.- Organización y puestos de contacto de la economía alemana: Es recomendable entablar contacto con una cámara de comercio exterior, siempre que exista en su país (direcciones en el Anexo) Caso de proyectar relaciones a largo plazo con la R. F. A. es bueno pensar en la afiliación a la correspondiente cámara de comercio alemana o bilateral.

Por lo demás, las empresas de la R. F. A. están organizadas tanto regionalmente como por ramos. Ante todo, e independientemente de los mismos, quedan inscritas en la cámara competente del comercio y de la industria, o en la de artesanía los establecimientos de este tipo. Las correspondientes organizaciones de cobertura son: la Asociación Alemana de la Industria y del Comercio, "Deutscher Industrie- und Handelstag" (D-53 Bonn, Adenauerallee 148), o la Asociación de Cámaras de Artesanía, "Deutscher Handwerkskammertag" (D-53 Bonn, Johanniterstr. 1), Ambas entidades están dispuestas a tramitar preguntas de proveedores extranjeros, haciéndolas llegar a las correspondientes cámaras (en la R. F. A. hay unas 75 cámaras de industria y comercio, así como 45 cámaras de artesanía).

Por otro lado, el 80% de los establecimientos están organizados por ramo, concretamente

- los establecimientos industriales, en la Asociación Federal de la Industria Alemana, "Bundesverband der Deutschen Industrie" - BDI - (D-5 Koeln 51, Oberländer Ufer 84).
- los mayoristas y de comercio exterior, en la Asociación Federal del Comercio Exterior y Mayorista Alemán, "Bundesverband des Deutschen Gross- und Aussenhandels" (D-53 Bonn, Kaiser-Friedrich-Str. 1)
- los del comercio al detall en la Comunidad Principal del Comercio Minorista Alemán, "Hauptgemeinschaft des Deutschen Einzelhandels" (D-5 Koeln, Sachsenring 89).
- las mayores empresas del comercio minorista en la Asociación del Comercio Exterior del Ramo Minorista Alemán, "Aussenhandelsvereinigung des Deutschen Einzelhandels" (D-5 Koeln, Weyerstr. 2).
- los establecimientos artesanos, en la Agrupación Federal de Asociaciones Especiales de la Artesanía Alemana, "Bundesvereinigung der Fachverbände des deutschen Handwerks" (D-53 Bonn, Johanniterstrasse 1).

Estas asociaciones centrales están subdivididas, tanto a nivel regional como por ramos, de

modo que a través de las correspondientes organizaciones, es posible entablar contacto, por ejemplo, con todos los fabricantes de cerveza, o con todos los floristas, o con comerciantes al por mayor de productos electrotécnicos. Es de observar que la Asociación Federal del Comercio Alemán Exterior y Mayorista mantiene un - Puesto de Contacto- para el fomento de la importación procedente de países en desarrollo (D- 53 Bonn Kaiser-Friedrich-Str. 13) que cumple la tarea de facilitar a interesados alemanes ofertas de suministro de países en crecimiento. Otros puestos adecuados para búsqueda de contactos son las asociaciones regionales por países

- Afrika-Verein e. V - D-2 Hamburg, 1 Klosterwall 4 (Asociación-Africa, sociedad inscrita)
- Ibero-Amerika-Verein e. V- D-2 Hamburg 36, Aisterglaciis 8 (Asociación Iberoamérica, sociedad inscrita)
- Nah- und Mittelost-Verein e. V - D-2 Hamburg 13, Mittelweg 151 (Asociación Cercano y Medio Oriente, sociedad inscrita)
- Ostasiatischer Verein e. V - D-2 Hamburg 36, Neuer Jungfernstieg 21 (Asociación Este Asiático sociedad inscrita)
- Australien-Neusseland-Verein e, V D, 2 Hamburg 36, Neuer Jungfernstieg 21 (Asociación Australia-Nueva Zelanda, sociedad inscrita)

Las direcciones sistemáticamente ordenadas de todas las organizaciones centrales y regionales de la economía alemana, pueden encontrarse en la obra de consulta-Paulini- (Asociaciones, autoridades y organizaciones de la economía, editorial Hoppenstedt & Co D-61 Darmstadt, Havelstr 9)

3.3. Participación en exposiciones y ferias de la República Federal de Alemania;

En la gestación de relaciones comerciales tienen especial importancia la participación y también la visita, en ferias y exposiciones. Las siguientes ferias alemanas son particularmente interesantes para expositores extranjeros:

- Feria de importación de ultramar "Asociados del Progreso", "Partner des Fortschritts", en Berlín, anual (Organizada por: "AMK Berlin Ausstellungs-Messe-Kongress GmbH"- D-1 Berlin 19, Messedamm, 22);
- Exposición General de Alimentación y Estimulantes "ANUGA" cada dos años en Colonia (Organizada por: "Messe- und Ausstellungs-GmbH Köln", D 5 Köln 21, Postfach 21 07 60)
- Exposición Internacional del Ramo de la Alimentación "KOFA", en Munich, cada dos años (Organizada por "Münchener Messe- und Ausstellungsgesellschaft mbH, D-8 München 12, Messegelände, Postfach 12 10 09);
- Ferias Internacionales anuales de Primavera y Otoño en Francfort/Main (Organizadas por "Messe- und Ausstellungs-GmbH" D-6 Frankfurt/Main 97, Friedrich-Ebert Anlage 57, Postfach 97 01 26);
- Feria Internacional anual de Artesanía de Munich (Organizada por: "GHM Gesellschaft für Handwerksausstellungen und Messen GmbH" D-8 München 2, Theresienhöhe 14)

A los expositores de países en via de desarrollo, el Gobierno Federal les ofrece un amplio asesoramiento por expertos calificados en todos los asuntos relacionados con la participación en ferias. Las demandas en este respecto han de dirigirse a la Sociedad Alemana de Cooperación Técnica, "Deutsche Gesellschaft für Technische Zusammenarbeit (GTZ) GmbH, Abt, 21, D 6236 Eschborn 1, Postfach 5180 Tel (06196) 401-1.

En la feria "Asociados del Progreso", exclusivamente orientada hacia la importación de ultramar, la "AMK Berlin- (véase arriba) ha organizado por su cuenta una oficina de compra

dores (Einkäuferbüro) en el cual se asesora a los expositores de países en desarrollo, poniéndolos en contacto directo con compradores.

La participación de expositores de países en desarrollo en ferias y exposiciones alemanas es financieramente promovida por el gobierno federal alemán (Deutsche Gesellschaft für Technische Zusammenarbeit, dirección arriba indicada) bajo determinadas condiciones previas. La subvención que puede conseguirse para ello cubrirá por regla general los costos originados en divisas. Sobre este punto y también sobre otras cuestiones relativas a la participación en ferias y exposiciones alemanas, existe una hoja informativa en alemán, inglés, francés y español, que puede pedirse gratuitamente a la Comisión de Ferias y Exposiciones de la Economía Alemana (AUMA, Ausstellungs- und Messeausschub der deutschen Wirtschaft", D-5 Köln 1, Lindenstrasse 8) o de la Deutsche Gesellschaft für Technische Zusammenarbeit (véase arriba).

3.4. Anuncios y editoriales de direcciones: Otra vía de acceso al mercado, la ofrecen los anuncios en las correspondientes revistas especializadas

En la obra de consulta Anuario de Prensa y Publicidad, "Stamm Leitaden für Presse und Werbung", (de la editorial Stamm-Variag GmbH, D-43 Essen, Goldammerweg 16) figuran los títulos y editoriales de todos los periódicos y revistas especiales que aparecen en la República Federal de Alemania, así como informaciones sobre los mismos, precios de abonos y tarifas de anuncios.

Las direcciones de potenciales grupos específicos de compradores pueden encontrarse en guías de direcciones o pedirse a editoriales de direcciones. Por regla general, estas últimas se encargan de escribir directamente a los grupos de compradores a considerar.

Facilitan una visión del material de direcciones existentes, por ejemplo, la Gran Guía de Direcciones, "Der grosse Adressenführer" (F. Donelley & Gerardi, D-7505 Ettlingen, Pforzheimer Str. 83) o la Guía de Publicidad Directa. "Kursbuch der Direktwerbung" (Merkur Direktwerbegesellschaft KG, D-3352 Einbeck, Kapellenstrasse 44)

Entre otras guías de direcciones, buenas para consulta, pueden verse las siguientes por lo general en la BfA y cámaras alemanas de industria y comercio:

- "Meier's Adressbuch der Exporteure und Importeure" Verlag von Meier's Adressbuch, Rudolf Dudy K. G. 2 Hamburg 1, Bankstrasse 20-26 (Guía Meier de exportadores e importadores; Editorial Guía Meyer, Rudolf Dudy S. en C.)
- "Bremen-Bremerhaven, import/Export"; Herausgeber, Bremische Hafenvertretung e. V. D-28 Bremen Bremerhaven, importación/Exportación; editor; Representación Portuaria Bremense sociedad inscrita)
- "Biedermann Export/Import" Verlag C. Ed. Biedermann, D-2 Hamburg 1, Pumpen 17 (Messehof) (Biedermann Exportación/Importación" Editorial C. Ed. Biedermann)
- "Das Deutsche Branchen-Fernsprechbuch"; Deutscher Adressbuchverlag, D-81 Darmstadt, Holzhofallee 38 (Guía de Teléfonos Alemana por ramos; editorial Guía Alemana)

- "ABC der Deutschen Wirtschaft" "ABC Europ Production aus der Unternehmensgruppe ABC"
ABC-Verlagsgesellschaft, D-61 Darmstadt, Berliner Allee 8, Postfach 4034 (ABC de la Economía Alemana + ABC Producción Europa del Grupo de Empresas ABC, Sociedad Editores ABC)
- "Kompass-Alemania" (Brújula- Alemania); Kompass Deutschland Verlag GmbH & Co. D-78
Freiburg im Breisgau. Kaiser Joseph-Str.180
- "Mailing Lists of importers" (de todos los países); Editorial Blytman International , 260.Kearny Street, San Francisco, California, EE. UU.

Además en la BFA se puede disponer para consulta de un índice de grandes casas de comercio por consignación y centrales de compra de consorcios de almacenes-tienda.

4.- INDICACIONES DE NEGOCIO

4.1.- Investigación de mercado y publicidad: La gran mayoría de clases de productos se encuentran ya en este mercado. Por tanto los nuevos proveedores deben proceder primeramente a un estudio detallado de la oferta de competencia. Cómo se hace esto?

- Visitando o participando en ferias y exposiciones
- Estudiando los escaparates en los grandes centros urbanos o los catálogos de venta por consignación
- Manteniendo conversaciones o correspondencia con casas importadoras, con el comercio mayorista o con grandes firmas minoristas.
- Analizando las cifras alemanas de importación, exportación y producción (la BfA les mandará a petición extractos de estadísticas alemanas)
- Aprovechando cualquier otra información que pueda ser importante para un análisis de mercado

En muchos casos se descubre mediante tales investigaciones de mercado un punto débil de la oferta de competencia en cuanto al precio, a la elaboración del producto, al embalaje, etc. A veces basta una pequeña modificación de un artículo o de su presentación, para coincidir mejor con el gusto del comprador. Con frecuencia, también la selección de la vía de distribución (p. ejem., el empleo de representantes especialmente activos, el abastecimiento a ciertas empresas mayores del comercio) o una propaganda hábil, pueden constituir la clave del éxito

A la primera investigación de mercado, ha de seguir una continua observación de su evolución para que el proveedor pueda orientarse constantemente teniendo en cuenta los variables deseos de sus clientes. Si se considera conveniente la especial publicidad de un producto en principio lo más adecuado sería encomendar su realización al intermediario alemán de ventas. El Anuario "Stamm" (véase núm. 3.4.) facilita una visión de los medios alemanes de publicidad,

4.2.- Preparación de la oferta: Cuanto mejor preparada esté la oferta tanto mayores serán sus posibilidades de éxito. Se ha de poner al interesado en condiciones de poder compararla fácilmente con otras. Por tanto, parece aconsejable que la oferta comprenda:

- 1.- Descripción exacta de la mercancía y del embalaje, medidas y pesos específicos (según sistema métrico); indicación de calidad, en caso dado datos técnicos).
- 2.- Precio incluyendo rebajas y descuentos, si es posible en marcos alemanes, pero por lo menos en dólares USA o en libras esterlinas, condiciones de pago; tribunales competentes.
- 3.- Aparte del precio de fábrica deberían indicarse lo más detalladamente posible los costos de derechos aduaneros, fletes y seguros. Las ofertas con precios "franco domicilio, despachada la importación" o "cif-puerta de destino convenido" suelen tener mejor aceptación que aquellas con precios "franco fábrica" o "franco bordo" (Es conveniente utilizar siempre los "INCOTERMS 1953" de la Cámara de Comercio Internacional) Ahora bien, con frecuencia ocurre que el exportador no puede soportar totalmente el riesgo de los factores inciertos o los gravámenes variables de la importación. Concretamente, es imposible calcular de antemano los derechos reguladores agrícolas.
- 4.- Conviene agregar a las ofertas folletos cuidadosamente redactados con ilustraciones. En ca

so de bienes de consumo se acostumbra enviar además las nuestras correspondientes.

5.- Plazos de remisión, cantidades máximas suministrables en un determinado período y plazo de vigencia de la oferta.

6.- Texto en idioma alemán, o en todo caso, en inglés o francés.

El importador alemán espera del proveedor la confirmación correspondiente al recibirla. nota de pedido. Si la oferta es aceptada sin modificaciones, basta la confirmación en bloque. En caso de aceptación de la oferta pero con ciertos cambios, estos han de ser expresamente confirmados por la casa vendedora.

4.3.- Relaciones de negocio a largo plazo: Si la finalidad de las gestiones consiste en construir buenas relaciones a largo plazo, en tal caso, la política de ventas no debe encaminarse al logro de altos beneficios inmediatos. Ahora bien, la baratura no es exclusivamente decisiva, pues otros factores, por ejemplo, la buena presentación, puede ser de importancia esencial.

La concesión de términos de pago puede influir mucho en las decisiones del receptor alemán, inclinándole a aceptar la oferta del comprador extranjero. Aún cuando la exigencia de acreditación bancaria sea comprensible en muchos aspectos, lo cierto es que al plantearla no se tiene en cuenta que para el importador es muy difícil hacer reclamaciones por defectos.

La vigencia de la calidad y continuidad en las partidas es muy importante para establecer relaciones de negocio a largo plazo. El proveedor extranjero debe percatarse claramente de que el negocio empieza antes de concretar el contrato, y no termina cuando efectivamente se lleva a cabo con el importador, el mayorista o consorcio de almacenes - tiendas, sino cuando entra en juego la voluntad del consumidor. Frecuentemente se olvida que la no observancia de los plazos de suministro, o desviaciones en la calidad de la mercancía, provocan persistentes consecuencias para el comercio, ya que este, por otro lado, ha adquirido obligaciones con sus compradores. Puede ocurrir muy fácilmente que el importador, sobre el cual pesa el riesgo respecto a sus receptores, busque otras procedencias al no ser cumplidas las condiciones estipuladas en su contacto habitual.

El mercado de compradores requiere la condición de que pueda disponerse siempre de la mercancía adecuada en momento adecuado y en lugar adecuado. Si el proveedor extranjero quiere abastecer el mercado alemán con bienes de uso o de consumo, en tal caso es absolutamente necesario que asegure el servicio de clientela para los consumidores finales en la fase posterior a la venta.

5.- DISPOSICIONES SOBRE LA IMPORTACION

5.1.- Generalidades: La importación de productos industriales está casi completamente liberalizada en la República Federal de Alemania, solo existen algunas restricciones en pocos grupos de mercancías, por ejemplo, para determinadas materias hilables y fibras (químicas, lana, algodón y yute), así como ciertos artículos cerámicos, y caseína de países americanos, asiáticos y australianos. Además, es fundamentalmente obligatorio la licencia en la importación de hulla, gasoil y aceite combustible. Respecto a países de comercio estatal, están liberalizados de jure casi del 80% de todas las rúbricas del índice estadístico de mercancías, y de facto, otro 12% del conjunto de las mismas, es decir, la licencia de importación se concede sin especial licitación (vease núm. 5.3). La reglamentación respectivamente aplicable ha de deducirse en primer lugar de la lista de

en el exterior sólo pueden tener lugar en establecimientos autorizados según directivas prescritas,

Para proteger a los animales contra epidemias, fueron promulgadas la ley de epidemias y numerosas órdenes, de las cuales sólo revisten importancia para el tráfico por las fronteras aquellas disposiciones que sirvan para evitar la introducción de epidemias de animales en el territorio federal

Se exige autorización veterinaria para la importación de rumiantes vivos, carnes, lana, pelos y cerdas, pezuñas y cuernos así como otras partes, productos y materias de rumiantes

No está sometida a licencia la importación de determinadas conservas de carne

Rigen numerosas prohibiciones de importación y tránsito de otros animales y productos incluidos en la Ley de epizootias. Por ejemplo, liebres, conejos, aves domésticas y silvestres, sacrificados, sólo pueden importarse bajo determinadas condiciones y siempre que procedan de ciertos países.

Finalmente hay restricciones de importación con vistas a proteger el mundo vegetal. La Ley de protección de plantas y el derecho de inspección vegetal prohíben la importación de organismos nocivos y de plantas atacadas por estos, y también de cualesquiera objetos portadores de los mismos. Los productos fitosanitarios únicamente pueden ser importados una vez admitidos por el Instituto Biológico Federal de Agricultura y Silvicultura (Biologische Bundesanstalt für Land- und Forstwirtschaft).

5.6.- Preceptos de embalaje y rotulación: Sólo procede el despacho para el paso de mercancías importadas si no están afectadas por las prohibiciones y restricciones mencionadas en el anterior apartado 5.5 relativas al tráfico por frontera. Pero el despacho aduanero para el paso de mercancías procedentes del exterior, no significa todavía que éstas "hayan sido puestas en circulación libre" según lo estipulado en diversas leyes; pues su única consecuencia consiste simplemente en que la mercancía ya no está sujeta a trámite alguno jurídico-arancelario, sin prejuzgar en lo más mínimo su adecuación para el tráfico en el interior.

Por ejemplo, se ha de determinar exclusivamente con arreglo al derecho alimentario alemán la cuestión de si las mercancías despachadas son aptas para el tráfico en el interior como "productos alimenticios" o si pueden ser elaboradas con o para otros comestibles, o la de qué embalaje no rotulación han de llevar. El despacho aduanero para el paso al interior no dispensa de la observancia de las prescripciones alimentarias alemanas.

Respecto a su adecuación para el tráfico en el interior, las mercancías importadas están sujetas en principio a los mismos preceptos vigentes para mercancías nacionales. Entre el gran número de disposiciones cabe destacar las siguientes:

Existen prescripciones de rotulación contra indicaciones equivocadas o falsas en mercancías de cualquier índole. La Ley de marcas comerciales obliga en su art. 28 a las autoridades aduaneras a la confiscación y decomiso de mercancías extranjeras rotuladas ilegalmente con firma y nombre de lugar alemanes, o con marca comercial protegida por razón de dicha Ley, en cuanto al perjuicio solicite tales medidas personándose en el trámite de importación. Por lo demás la República Federal Alemana es país signatario del Tratado de Madrid sobre Represión de Declaraciones de Origen Falsas o Equivocas.

Los preceptos de etiquetaje embalaje afectan a productos alimenticios y farmacéuticos.

Para comestibles y estimulantes rigen: la Ley Alimentaria (principalmente respecto al

Gerencia de Finanzas

embalaje a utilizar) y el Decreto de marcación exterior de productos alimenticios. Entre otras mercancías, la carne, pescado, crustáceos moluscos, derivados lácteos o de nata, legumbres o frutas preparados y en conserva, están especialmente sometidos a marcación obligatoria, en tanto lleguen al consumidor final empaquetados o en recipientes.

Según el citado Decreto de marcación exterior de productos alimenticios, se han de constatar el nombre y razón social, así como la sede principal, sin olvidar la denominación comercial usual de la mercancía y la cantidad de contenido, de acuerdo con el criterio general en medidas alemanas, concretando peso o número de unidades.

Todos los productos alimenticios importados, destinados a la venta en el territorio federal, han de estar lo suficientemente etiquetados en idioma alemán. Las excepciones han de ser autorizadas por el Ministerio de Sanidad.

Para algunas mercancías del sector agrícola y alimentario se exigen, además de ciertas indicaciones referente a pureza, mezcla etc. la indicación del país de origen, entre otras para vino, aguardiente, brandy, vino espumoso, vermut y vino de hierbas, queso y semillas.

Las llamadas especialidades farmacéuticas, es decir productos farmacéuticos comercializados de composición invariable y en embalajes para la venta, están sujetas a reglas especiales de etiquetaje (indicaciones; del contenido según peso, volumen o número de unidades, dosificación, modo de empleo, ingredientes con efecto medicinal, así como la pertinente observación en su caso de "venta solo en farmacias" o "con prescripción médica", y fecha de caducidad)

5.7.- Otras prescripciones, especialmente normas técnicas industriales: Junto a las anteriores prohibiciones y restricciones, en una serie de casos y bajo determinadas circunstancias se aplican preceptos, según los cuales, las mercancías solo pueden ser puestas en circulación en la República Federal de Alemania si cumplen ciertos requisitos previos. Por ejemplo, los medios técnicos de trabajo (herramientas, útiles, máquinas, instalaciones de carga y elevación) han de estar en consonancia con lo dispuesto en el Código de Comercio. Lo mismo vale respecto a los llamados "materiales de trabajo peligrosos" por ser tóxicos o inflamables, etc.

Las organizaciones industriales autónomas de la República Federal de Alemania elaboran las "normas técnicas" de estandarización, que por tanto no tienen rango de ley, ni tampoco sus efectos jurídicos. La aplicación o no aplicación de estas normas técnicas depende del juicio discrecional de sus beneficiarios. Ahora bien, pueden adquirir relevancia jurídica mediante la referencia a las mismas en preceptos legales, actos administrativos o negocios jurídicos privados. Por ejemplo, el montaje y entretenimiento de las instalaciones y aparatos de consumo eléctrico han de ser "adecuados", o sea, deben ajustarse a las reglas reconocidas de la electrotecnia, expresadas en las "Normas de la Asociación de Electrotécnicos Alemanes (VDE)"

La organización central competente para fijar normas técnicas es la Comisión Alemana de Normas "DNA" (Deutscher Normenausschuß). La DNA es una asociación inscrita de utilidad común, sin fines lucrativos, en la cual se han agrupado todos los círculos técnicos interesados.

Las subcomisiones especializadas de la DNA elaboran las normas industriales alemanas (DIN). La DNA es también competente para la publicación de las mismas.

Hay pocas mercancías exentas de derechos aduaneros ad valorem, por estar sometidas a los llamados derechos específicos, determinados según peso en aduana, longitud, superficie, volumen unidades u otras magnitudes específicas. El peso en aduana - según lo que disponga la tarifa respectiva - se basa en el peso bruto, es decir, el de las mercancías incluyendo envoltorios o bien en el peso propio, que es el de las mercancías sin envoltorios.

En algunas rúbricas se prevén derechos mixtos, en los que se combinan el derecho ad valorem y la tasa específica, indicando uno de los dos, - de acuerdo con el precepto correspondiente - el límite superior o inferior del tipo a aplicar.

Determinados productos agrícolas transformados, que no figuran entre los del mercado agrícola de la CEE, son gravados adicionalmente al derecho ad valorem del Arancel de la Comunidad, pues además se les aplican tasas aduaneras variables, que oscilan según los precios de las materias básicas y son trimestralmente fijadas por la Comisión de la CEE según criterios específicos, se trata de los llamados "derechos de monto parcial". Pero hay otros impuestos de entrada de carácter especial, los derechos reguladores agrícolas (o "prélevemets") que se explican al final de este texto.

6.2. Tratamiento preferencial: En el tráfico de mercancías de los siete Estados europeos, que permanecieron en la Asociación Europea de Librecomercio (EFTA) después del ingreso de Dinamarca y la Gran Bretaña en la CEE, serán gradualmente suprimidos los derechos aduaneros sobre mercancías industriales y ciertos productos agrícolas elaborados con ritmo idéntico al de la eliminación de aduanas respecto a los nueve Estados miembros. Desde el 1.1.75 rige una preferencia aduanera del orden del 60%. Para la concesión de preferencias se ha de acreditar el origen de las mercancías mediante un certificado del transporte de las mismas.

Dentro del marco de las preferencias generales aduaneras para países en desarrollo, en principio pueden importarse desde 91 países en desarrollo todos los semifabricados y terminados industriales sin pago de derechos, así como diversos productos agrícolas elaborados con derechos reducidos.

Ahora bien, la importación exenta de aduanas de ciertas mercancías industriales "sensibles" está reducida al contingente comunitario, que cada país en crecimiento sólo puede aprovechar hasta cierto punto. Hay otras mercancías cuya importación no debe exceder determinados "topes" que en verdad se fijan muy generosamente, además, es limitada la cuota de cada país en desarrollo dentro del conjunto de importaciones preferenciales.

Con los diecinueve Estados Africanos (Estados-Yaundé) y con la Comunidad Africana Oriental existían asociaciones a base de librecomercio, que a partir de, 1.8.75 han de ser sustituidas por el nuevo Tratado de Lomé, en el cual se incluyeron otras veinticuatro países en vías de desarrollo en África así como en las regiones del Caribe y del Pacífico (en su mayoría países del Commonwealth británico).

Las mercancías de origen de dichos países, llamados Estados del ACP, son admitidas a la importación en la Comunidad ampliada en su mayor parte sin pago de arancel. Lo mismo rige para los países y regiones dependientes de la Comunidad.

Además se han concertado tratados de asociación o preferenciales con Egipto, Israel, Líbano, Malta, Marruecos, España, Túnez y Chipre.

6.- GRAVAMENES DE IMPORTACION

6.1.- Arancel de aduanas: La República Federal de Alemania, por su condición de miembro de las Comunidades Europeas, aplica el "Arancel Común de la CEE" que en algunos sectores, p. ej. carbón y productos siderúrgicos, es completado por el "Arancel Parcial Alemán de Aduanas". Ambos aranceles según la nomenclatura de Bruselas y están reagrupados en el "Arancel Aduanero Alemán de General Aplicación".

El Arancel Común de la CEE rige para las importaciones de todos los países que no son miembros de la misma, en tanto no gocen de un tratamiento preferencial. Con la salvedad de reglamentaciones transitorias de excepción, en el tráfico comercial interno de la CEE no se imponen derechos aduaneros o tasas de efectos análogos. En el tráfico de mercancías de los seis Estados miembros originarios de la CEE con los tres nuevos ingresados (Dinamarca, Irlanda y Gran Bretaña) se irán suprimiendo gradualmente las aduanas interiores durante un periodo de transición.

El Arancel contiene derechos aduaneros autónomos y convencionales. Los derechos convencionales fueron acordados en las "negociaciones Kennedy" del GATT - (Acuerdo General de Aranceles de Aduanas y de Comercio) y se conceden en la actualidad a las importaciones de todos los países.

Desde el 1.1.72 se aplican plenamente las concesiones aduaneras de las "negociaciones Kennedy", a excepción de algunos derechos sobre productos químicos, cuya rebaja estuvo ligada a la supresión del sistema "USA-selling-price".

Los derechos aduaneros autónomos rigen en rúbricas del Arancel, para las cuales no existe tasa convencional alguna.

La mayoría de los derechos aduaneros se fijan en porcentajes de valor. El sistema de valoración ha sido establecido en un decreto de la CEE, en el cual se dispone que el valor ha de determinarse según el concepto de valoración del Convenio Internacional de Bruselas. En él se especifica que en una operación normal de importación, el valor aduanero ha de establecerse en el precio facturado, en tanto que éste contenga todos los costos hasta el lugar de importación en el territorio aduanero de la Comunidad Europea, sin incluir los gravámenes de importación, ni los costos originarios una vez la mercancía haya sobrepasado dicho lugar de importación.

Pero la definición de valor aduanero basada en un precio normal, presupone que el precio facturado determinante del valor aduanero es la única prestación a aportar por el comprador a cambio de la mercancía. De ahí que en negocios de importación de mercancías con protección del derecho de propiedad intelectual o de patente, se incorporen al valor aduanero eventuales prestaciones complementarias del comprador. También se incluyen en la valoración aduanera las rebajas de precios concedidas al comprador por determinadas prestaciones (p. ej., garantías de reparación o publicidad).

En caso de operaciones a comisión, es decisivo el precio facturado al primer comprador del interior, esto es, residente en el territorio aduanero de la CEE, y no el precio de liquidación del comisionista. Por tanto, la comisión queda comprendida en el valor aduanero. En caso de vendedores y compradores dependientes, se averigua el precio normal con arreglo a un negocio corriente en condiciones de libre competencia.

Gerencia de Finanzas

creación de dicho mercado común se realiza mediante organizaciones de mercado para los distintos sectores de mercancías. El elemento piloto central de la política agraria es el precio. Las diferencias entre los precios comunitarios internos y los precios internacionales son compensadas en la importación por medio de los derechos reguladores agrícolas (o *-prélèvements-*) y en la exportación por medio de una restitución.

Por razón de la ordenanza de licencias de la CEE, en productos agrícolas sometidos a un sistema de precios comunitarios existe dentro de la Comunidad Europea un procedimiento unificado para la concesión de las licencias de importación previstas en la correspondiente organización de mercado para productos de terceros países. La importación de mercancías afectas a organización de mercado se encauza mediante el precio con el instrumento de los derechos reguladores. Frente a ello, las licencias de importación de la CEE están encaminadas a posibilitar un control del mercado agrario; su concesión está vinculada al depósito de una caución que se devuelve una vez hecha la importación y queda anulada si no llega a realizarse. Las mercancías sin licencia afectas a organización de mercado pueden ser importadas por los residentes en el territorio sin presentar declaración de importación, y por cierto, desde todos los países, con la excepción de Rhodesia pues únicamente se exige una notificación de control de importación (véase num. 2)

Dentro del marco de las organizaciones comunitarias de mercado para grasas, cereales, arroz, azúcar, leche y derivados, carne bovina, así como vinos, se exige licencia de importación en aquellos productos que vienen inmediatamente de terceros países, o a través de un país miembro de la CEE, en el cual no hayan entrado todavía en el tráfico libre de la Comunidad, pero han de pasar al tráfico libre en la República Federal de Alemania.

5.5.- Otras prohibiciones y restricciones de importación: Aparte de las disposiciones sobre importación ya indicadas, existen algunas prohibiciones y restricciones cuyo cumplimiento es controlado en el despacho aduanero.

En cuanto a bebidas alcohólicas es de observar que solo tiene derecho a importar aguardiente la administración federal del monopolio de aguardiente. Ahora bien, esto no rige para la importación de ron, arrak, coñac y licores. Bajo determinadas condiciones, puede importarse también armagnac, ginebra (gin, genever) y Whisky, sin necesidad de autorización especial por parte del monopolio.

En la importación de películas, ha de presentarse una copia al "Bundesamt für gewerbliche Wirtschaft" dentro de la semana siguiente a la importación.

Las frutas y verduras han de ajustarse a las disposiciones de los respectivos decretos sobre normas de calidad y sobre clases comerciales de frutas y verduras frescas. Sólo se autoriza la importación de las siguientes mercancías bajo condiciones especiales: derivados de huevo, huevos de pato, así como leche y derivados; narcóticos y agentes patógenos vivos; desperdicios, es decir, cosas movibles, de las cuales quiere desprenderse su poseedor, o cuya eliminación adecuada ha de cumplirse en preservación del bien de la generalidad.

Está prohibida (entre otras cosas) importar:

absenta; productos alimenticios y estimulantes, así como medicamentos, que contengan alcohol metílico; vainas de cacao y sus mezclas pulverizadas; cerillas de fósforo, carburantes con contenido de plomo superior a 0.40 gramos por litro; DDT y sus isómeros, así como preparados de DDT.

La importación de carne bovina, cerdos, ovejas, cabras, solipedos, también la de carne de aves, está sometida a la inspección oficial. La matanza de animales y la preparación de carnes

Gerencia de Finanzas

importación (véase num. 5.2) Para las mercancías señaladas con la sigla "GMO" (Organización del Mercado Común) rigen las normas especiales del derecho agrario europeo (véase num. 5.4). Por lo demás, para productos agrícolas no sometidos a reglamento alguno de mercado o comercial de la CEE, son aplicables por analogía los preceptos de mercancías industriales. Son pocos los productos agrícolas con normas especiales según organizaciones nacionales de mercado. Aparte de lo dicho, en la importación se han de observar numerosos preceptos de protección de la salud humana, del mundo animal y vegetal, así como de marcación y empaquetado (véase num. 5 y 6)

5.2.- Importación sin licencia: Las personas residentes en el territorio, esto es, las personas naturales con domicilio o residencia habitual en territorio económico de la República Federal de Alemania, así como las personas jurídicas y sociedades de carácter personalista que tengan su sede o lugar de dirección en cualquier punto del mismo, pueden importar sin licencia todas las mercancías liberalizadas con amplitud mundial. A tal efecto, se trata de ciertas importaciones de todos los países, incluidos los de comercio estatal, con la excepción de Rhodesia. Ahora bien, las mercancías señaladas con una cruz (+) en la lista de importación están liberalizadas en tanto el país originario y el país de compra figuren en la Lista de Países A ó B (donde se nombran todos los países, a excepción de los de comercio estatal y Rhodesia). Para estas importaciones se ha de presentar declaración de importación.

En todas las importaciones procedentes de países de comercio estatal, y también en las de productos agrícolas, hierro y acero, metales no ferreos y nobles, combustibles sólidos, de terminados derivados del petróleo, así como en las de lino y cáñamo en bruto, se ha de presentar una notificación de control de importación. Al despachar la importación se han de entregar en el puesto de aduanas, -además de la declaración y la notificación de control de la importación si son necesarias dado el caso-, la factura u otros documentos, en los que conste el país de compra y el país de origen. Por añadidura se exige un certificado de origen siempre que la correspondiente rúbrica de mercancías esté caracterizada con una "U" en la lista de importación. En pequeñas importaciones no se exige declaración ni notificación de control de importación. Se han previsto también facilidades para importaciones, a las cuales se haya concedido exención aduanera extratarifaria. Además, no es necesario despacho alguno de importación en almacenamientos inmediatos en puertos francos o depósitos de aduanas y en otros casos especiales.

5.3.- Importación con licencia: Confirmando, o dicho anteriormente, la licencia de importación solo es necesaria en pocos casos. Para productos agrícolas, la licencia ha de solicitarse mediante un formulario especial de la Oficina Federal de Alimentación y Silvicultura (Bundesamt für Ernährung und Forstwirtschaft). Para los demás productos es competente la Oficina Federal de Economía (Bundesamt für gewerbliche Wirtschaft). Ambos organismos tienen su sede en D-6 Frankfurt/Main. Únicamente el importador está facultado para solicitar la licencia. Los contingentes, en cuyo marco pueden concederse las licencias de importación, son presentados a concurso. Estas licitaciones se publican en el Diario Oficial Federal de Anuncios (Bundesanzeiger) con indicación de cantidades, plazos de importación, beneficiario de la licencia, así como eventuales condiciones y antecedentes. Las licencias de importación son en principio intransferibles. En la importación sujeta a licencia solo pueden despacharse cantidades superiores a las declaradas en el caso de que la licencia prevea la correspondiente tolerancia.

El importador puede contar con la aprobación de su solicitud siempre que haya presentado dentro del plazo -apropiado- que se ha de anunciar en la licitación.

5.4.- Prescripciones especiales para productos incluidos en una organización de mercado de la Comunidad Europea: Según el Tratado de la CEE, los mercados agrícolas independientes de los Estados miembros son integrados paulatinamente hasta formar un mercado común agrario. La

CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES

Gerencia de Finanzas

Estos tratados prevén rebajas de aduanas de diverso monto para mercancías originarias de los países preferenciales; parte de los productos gozan incluso de exención aduanera completa. Se entablarán nuevas negociaciones con los países del Mediterráneo, pues han de concertarse tratados globales, en los que también queden incluidos los nuevos estados de la CEE.

Muchas de las preferencias regionales aduaneras se conceden junto con las generales en favor de países en desarrollo. Al igual que en el tráfico de mercancías con el resto de Estados de la EFTA, para la concesión de preferencias se ha de acreditar el origen de los productos.

Con Grecia y Turquía existen asociaciones a base de uniones aduaneras que prevén exención general para mercancías industriales y una reglamentación preferencial específica en productos agrícolas. En parte, las mercancías argelinas gozan todavía de particular tratamiento preferencial.

LA LEY ALIMENTARIA ALEMANA E IMPORTACIONES PROCEDENTES DE PAISES EN VIAS DESARROLLO

Editado por el Ministerio Federal de Cooperación Económica y la Cámara de Industria y Comercio de Munich y Alta Baviera.

La circulación de productos alimenticios está sometida en todos los países a una reglamentación legal o a normas oficiales, existiendo la tendencia hacia una adaptación internacional de las normas jurídicas.

La Ley Alimentaria alemana está considerada en el mundo entero como extremadamente rigurosa a la vez que ejemplar. Objeto de esta Ley es proteger la salud del consumidor e impedir la circulación de productos alimenticios deteriorados, imitados o designados de forma engañosa.

La Ley Alimentaria alemana es una ley básica que ha sido ampliada mediante numerosos decretos. En relación con determinados grupos importantes de productos alimenticios se han promulgado leyes y decretos especiales, por ejemplo, para

- agua potable y agua industrial
- carnes y productos cárnicos
- aves de corral
- leche y productos lácteos
- productos y derivados de huevos
- pan
- cereales
- azúcar

Gerencia de Finanzas

vinos y aguardientes
cervezas
productos frutícolas
cítricos (decreto de la CEE)
café
cacao y sus derivados.

En el marco del Derecho Alimentario existen aún otras normas, cuyo conocimiento es indispensable, y que tienen importancia para las importaciones procedentes de países en vías de desarrollo. Dichas normas regulan:

el etiquetado y rotulado de productos alimenticios envasados
la adición de sustancias ajenas en general
la adición de agentes conservantes
la adición de colorantes
el tratamiento de productos alimenticios con dióxido de azufre;
los valores límite para DDT y otros parasiticidas en o sobre productos alimenticios del reino animal.

Aparte de esto existen normas generales, normas de calidad y directrices. Aunque no tienen carácter jurídico, su contenido se tiene en cuenta en la práctica judicial.

Las normas generales se refieren a las cuestiones relativas a la fabricación, propiedades y demás características significantes para la posible comercialización de los productos.

Estas normas se han establecido teniendo en cuenta el nivel estándar reconocido a escala internacional de los productos alimenticios y se completan continuamente. Dichas normas tienen una importancia decisiva a la hora de examinar artículos alimenticios.

Normas generales se han formulado para los siguientes productos alimenticios;

pastelerías conservables, semillas oleaginosas elaboradas y masas y artículos de confitería fabricados a base de las mismas, alimentos congelados, hongos y preparados de hongos, productos hortofrutícolas congelados, pescados y preparados de pescado congelados, pescados, crustáceos, mariscos y moluscos, así como preparados de los mismos, carnes y productos cárnicos; hortalizas y verduras elaboradas (características generales de valoración), pepinos en conserva pasteurizados sin tratamiento previo, fruta elaborada (características generales y especiales de valoración), miel, zumos de fruta (sin fermentar).

En las normas de calidad se han fijado los buenos usos comerciales y las fundadas exigencias del consumidor. Del reglamento de declaración, establecido simultáneamente, se desprende la denominación correcta para la mercancía respectiva. También se ha fijado la forma de clasificación del artículo a envasar y el contenido de las latas. Según el tipo de mercancía, se señala también el contenido de azúcar del líquido agregado en conservas de frutas o el contenido de ácido acético en conservas agrias, el contenido máximo admisible de humedad o de arena (por ejemplo, en hongos secos) o el valor límite de las sustancias ajenas eventuales (impurezas). Para determinados artículos se ha prescrito el contenido mínimo de extracto seco o también el contenido máximo admisible de sal común, por ejemplo, en concentrado de tomate.

Normas de calidad se han establecido para los siguientes productos:

Conservas de verduras y hortalizas en envases herméticos; espárragos, guisantes, zanahorias, macedonias de verdura fresca, judías, espinaca, colinabo, tomates, apio, remolacha de mesa, salsifís, col, mezclas de guisantes secos, cebollas secas.

Conservas de frutas en envases herméticos;

fresas, arándanos, frambuesas, grosella, arándanos encarnados, uva espino, zarzamora, manzanas en trozos, compota de manzana, peras "Williams Christ", pera selecta, peras,

Gerencia de Finanzas

membrillos, albaricoques, cerezas, guindas, ciruelas amarillas, melocotones, ciruelas, miracosa, ciruelas claudias.

Todas las conservas de fruta enumeradas se pueden introducir en el mercado también sin adición de azúcar.

Verduras y hortalizas secas;

judías, zanahorias, col, guisantes, espinaca, raíces de apio, cebollas, puerro, espárrago.

Plantas aromáticas secas (hierbas finas)

Pulpas de fruta

pulpa de fresa, uva espina, grosella, guinda, albaricoque, frambuesa, zarzamora, arándano ciruela damascena, ciruelas, membrillo, arándano encarnado, manzana, naranja, escaramujo, serbal.

Crema de frutas:

crema de fresa, uva espina, grosella, guinda, frambuesa, zarzamora, ciruela damascena, ciruelas, melocotón, membrillo, manzana, naranja, escaramujo.

Conservas de pepinos previamente tratados (pepinos en vinagre, en líquido agrulce a la mostaza, en líquido azucarado)

Las directrices son normas establecidas por las asociaciones profesionales competentes del comercio y la industria alimentaria. En el transcurso del tiempo, estas directrices están sometidas a modificaciones, según la transformación de los usos comerciales y de los deseos del consumidor.

Bajo el aspecto jurídico no revisten importancia oficial, pero según el caso, pueden servir de referencia comercial para valorar una mercancía.

En el sector de "verduras y hortalizas en vinagre" existen directrices, por ejemplo para "mixed pickles (macedonia)", "ensalada de verduras en vinagre", "pimientos en vinagre", "apio en vinagre", "cebollas en vinagre", "judías verdes en vinagre", "panojas de maíz en vinagre", "calabacines en vinagre". También se han establecido directrices de calidad para productos cárnicos, especias sustitutivas, artículos para sopas y salsas en extracto y pasta, bebidas refrescantes no-alcohólicas. Igualmente cabe mencionar aquí las definiciones para bebidas alcohólicas

Siempre que las directrices formuladas por las asociaciones comerciales sean aprobadas y publicadas por la comisión para el Derecho alimentario y bromatología, éstas serán consideradas como criterios comerciales de actualidad para la economía alimenticia. Dado que no se pueden exigir estos conocimientos de los países exportadores, incumbe al importador señalar los requisitos correspondientes en relación con las características de la mercancía en el contrato de compraventa. Todo exportador circunspecto planteará también esta cuestión antes de concertar el contrato. Esto es necesario, ya que a veces existen también circulares y avisos ministeriales que aunque no tiene carácter jurídico de obligación general, deben considerarse como dictámenes de primer rango. La ignorancia o inobservancia de los mismos puede dar lugar después a diferencias entre el exportador y el importador.

Principio básico: redacción clara del contenido. No basta señalar "calidad usual en el mercado" El concepto debe establecerse de forma inequívoca.

FUNDAMENTOS DE LA LEY ALIMENTARIA ALEMANA

Queda prohibido:

Gerencia de Finanzas

- 1.- Fabricar o tratar alimentos para otros de modo que su consumo pueda constituir un peligro para la salud.
- 2.- Poner en circulación alimentos no aptos para el consumo.
- 3.- Productos imitados.
Poner en circulación, en régimen comercial, sin la debida identificación: productos alimenticios que en lo referente a sus características difieren de los criterios comerciales, y por consiguiente, han sufrido una pérdida de su valor en una medida no despreciable, especialmente con respecto al valor nutritivo, degustativo o útil;
productos alimenticios, susceptibles de aparentar una calidad mejor que la real.

Además, queda prohibido:

Poner en circulación, en régimen comercial, productos alimenticios con denominación, indicaciones o presentación engañosas.

EL ALCANCE DE LA PROTECCIÓN SANITARIA EN LAS NORMAS ALIMENTARIAS LEGALES.

Esta cuestión no solo se extiende al producto alimenticio en sí, sino también a los materiales necesitados y envases en el sentido más amplio, como piezas de máquina, barriles, cubos, cajas de cartón y barnices utilizados para latas de conserva, tintas de imprenta, etc. siempre que éstos puedan entrar en contacto directo con los alimentos. Ciertas materias primas pueden presentar ya de por sí propiedades peligrosas para la salud. En este sentido ha de prestarse especial cuidado a las aguas industriales.

Se consideran peligrosos para la salud los productos alimenticios que hayan absorbido, de forma comprobada, tazas de plomo, cobre o cinc de envases de los que se desprenden estos metales. Lo mismo puede decirse de las conservas, en las que el material de las latas contamina a veces el contenido con una gran cantidad de estaño. Es inevitable la acción reciproca entre el alimento envasado y el material de la lata. Pero, las conservas que presenten más de 250 mg. de estaño por kilo de alimento serán consideradas como peligrosas para la salud y retiradas de la circulación. El grado en el que aparecen los fenómenos de corrosión en las latas de conserva depende en gran medida del tipo de alimento envasado. La carne, los embutidos y el pescado son poco agresivos. Muy agresivos son, en cambio, los pescados en salsas ácidas, la fruta y el tomate concentrado. (El jaspeado de la superficie interior que se observa con frecuencia en envases de hojalata debe atribuirse a compuestos orgánicos sulfurados -formación de sulfuro férrico- y, normalmente, no perjudica la calidad del contenido.)

Para envases de material plástico ha de tenerse en cuenta que éstos no deben desprender sustancias plastificantes solubles (sustancias tóxicas solubles en grasa).

Los productos alimenticios no deben almacenarse junto con sustancias tóxicas (por ejemplo, ciertos medios antiparasitarios o insecticidas) en un mismo recinto (depósitos portuarios, almacenes). Esto también es apreciable para las condiciones de transporte por tierra y mar.

Las conservas que no hayan sido esterilizadas adecuadamente pueden presentar un alto coeficiente de gérmenes, una rica flora para la formación de esporas y un abombamiento de la tapa del envase. Esto se debe generalmente a la falta de higiene de las materias primas, máquinas de elaboración, instrumentos de trabajo, mesas de trabajo o envases.

Gerencia de Finanzas

En la industria alimentaria no debe emplearse a personas que adolezcan de enfermedades infecciosas o que segreguen gérmenes patógenos (los llamados portadores permanentes de gérmenes).

Especialmente peligrosos son los focos infecciosos de bacilos botulínicos y salmonelas. Los gérmenes botulínicos se presentan en la naturaleza en el suelo y solo se multiplican de forma anaerobia, es decir, fuera del contacto del aire, como en las conservas insuficientemente esterilizadas. Ello es debido por lo general al ensuciamiento del contenido con rastros de tierra. Las salmonelas están bastante propagadas y se presentan en alimentos animales, sobre todo, en carnes, huevos secos, y albúmina seca. Pero también otros alimentos pueden estar infestados de salmonelas. El que tanto personas como animales o medios de transporte poco higiénicos pueden provocar infecciones por contacto lo demuestra el hecho de que, por ejemplo, han podido constatarse gérmenes de salmonela también en productos tales como coco rayado y especias. A menudo es el agua sucia la causa de numerosas infecciones de salmonela (o tifo), sobre todo las aguas subterráneas contaminadas por las aguas superficiales o por las aguas fecales de infiltración. Por esta razón, el agua empleada en todo tipo de empresa dedicada a la elaboración de productos alimenticios debería examinarse continuamente bajo el punto de vista bacteriológico. Las aguas potables e industriales no deben presentar más de 100 gérmenes por ml, entendiéndose, por supuesto, que en ningún caso deben contener gérmenes patógenos. Desde que se supo que la presencia de la bacteria "Escherichia Coli" es señal segura de que ha habido contaminación por aguas fecales, dicha bacteria sirve de referencia para calificar de antihigiénicas las aguas. En 100 ml de agua no debe detectarse ninguna bacteria Escherichia Coli.

La industria conservera tiene que partir de la suposición de que el contenido de las latas abombadas es peligroso para la salud, aún cuando se demuestre en el análisis bacteriológico que solamente se trata de una fermentación alcohólica. No todo foco infeccioso tiene por consecuencia la formación de gas. También las alteraciones de la consistencia del contenido, las diferencias de olor y sabor, las alteraciones que conducen a la formación de un medio alcalino o de acidez creciente son indicios de la influencia de bacterias, lo cual significa siempre que el artículo en cuestión puede resultar peligroso para la salud.

Según los usos comerciales y las decisiones judiciales, las importaciones de conservas, en las que se constate abombamiento en más del 2% de las latas o en las que se produzca abombamiento al someterlas a un control por el método de incubación, podrán ser rechazadas por el importador.

Por tal motivo, en la práctica no deberían exportarse conservas sino después de haber sido almacenadas por espacio de varias semanas y de haber comprobado que no se producen abombamientos. En el marco de un control correcto de la producción, se sobrentiende que se efectuarán pruebas de incubación en laboratorio antes de la expedición de la mercancía. Con vistas a proteger la salud está también prohibido poner en circulación productos alimenticios de origen animal, si en ellos o sobre ellos se encuentran sustancias con efecto farmacológico o sus transformaciones en un grado que supere las cantidades máximas autorizadas.

Dado que la ley Alimentaria prohíbe expresamente la introducción en el mercado de todo producto alimenticio que "puede constituir un peligro para la salud del ser humano", el importador incurre en delito, llegado el caso, en el mismo momento de efectuar la importación.

También de esto se deduce que solo se pueden entablar relaciones comerciales con exportadores absolutamente formales.

PROTECCION JURIDICA CONTRA EL FRAUDE EN MATERIA ALIMENTARIA

En materia alimentaria, la protección jurídica contra el fraude de que goza el consumidor es completa. Muy ampliamente puede interpretarse, sobre todo, la prohibición de poner en circulación productos alimenticios "no aptos para el consumo". Sin embargo, esta prohibición se refiere en primera línea a alimentos deteriorados. Hay que tener en cuenta que en este concepto entran también los alimentos que han experimentado una pérdida de olor o sabor debido al empleo de material de envasado no autorizado o al contacto con objetos de uso corriente.

CUANDO SE CONSIDERA DETERIORADO UN ALIMENTO?

Se consideran deteriorados aquellos productos alimenticios que por su olor, apariencia externa, ensuciamiento, indicios de fermentación, efectos fermentativos perjudiciales, infestación de parásitos o circunstancias de la elaboración (por ejemplo, exceso de sal) y almacenamiento han experimentado cambios y han sido influenciados de tal manera que, según los criterios comerciales generales, no son ya apropiados para el consumo o pueden producir repugnancia.

Criterios especialmente severos se aplicarán para el examen de productos estimulantes (por ejemplo, te, café), los cuales, por el mero hecho de haberse reducido su valor degustativo, serán considerados como deteriorados.

Ejemplos:

nueces enmohecidas, grasa rancia, conservas abombadas, zumos de fruta en fermentación, carne pegajosa, queso agusanado, harina pasada, fruta seca atacada por ácaros, vino avinagrado, alimentos con partes carcomidas por insectos o roedores.

Una partida de nueces importadas, de las que más del 20, por ciento estén enmohecidas, vanas o rancias, se considerará deteriorada y será objeto de reclamación bajo el punto de vista jurídico-alimentario. El empleo de aditivos deteriorados en la elaboración de productos alimenticios implica que dicho alimento sea considerado deteriorado, aunque el producto acabado parezca estar en perfectas condiciones.

CUANDO SE CONSIDERA IMITADO UN ALIMENTO?

Se consideran imitados los productos alimenticios que por su apariencia externa y según examen sensorial semejan a los alimentos naturales auténticos, sin que sean iguales en la esencia a los alimentos naturales bajo el punto de vista de su composición.

Ejemplos:

Los restos de canela (o desechos) no son idénticos a la canela. Se considera "imitada" la canela en polvo fabricada a base de restos, pues el consumidor no puede distinguir este producto, por su apariencia externa, de la canela pura pulverizada.

Los alimentos imitados pueden ponerse también en circulación si se identifican adecuadamente como tales; sin embargo, no deben violarse los buenos usos comerciales.

CUANDO SE HA MERMADO EL VALOR NUTRITIVO, DEGUSTATIVO O UTIL DE UN PRODUCTO ALIMENTICIO?

Cuando le han sido extraídas sustancias determinantes de su valor.

Ejemplo:

té secado por segunda vez, después de haber sido ya hervido una vez

Cuando en la elaboración se han dejado partes que restringen su valor.

Ejemplo:

troncos y tallos en las conservas de hortalizas y verduras, tallos y residuos de corteza en las especias

Cuando le han sido agregadas sustancias similares a su especie que restringen su valor.

Ejemplo:

adición de ácido cítrico en zumos de limón para aumentar la producción; la mezcla de nueces viejas con la nueva cosecha.

Cuando se han añadido sustancias de naturaleza completamente distinta.

Ejemplo:

adición de arena en especias en polvo para aumentar su peso. Adulteración de aceite de oliva con aceites vegetales de menos valor. Adición de agua en zumos de fruta.
(Adulteraciones graves.)

Si se señala adecuadamente, pueden ponerse también en circulación productos alimenticios de valor restringido (por ejemplo, fruta con partes podridas, nueces de la cosecha anterior). Sin embargo, está prohibido, aunque se indique en la etiqueta, mezclar mercancía de menos valor en el sentido de una adulteración directa. Por el contrario, está autorizada la comercialización del café, del que se ha extraído la cafeína, bajo la denominación "sin cafeína".

CUANDO SE HA DENOMINADO O PRESENTADO DE FORMA ENGAÑOSA UN PRODUCTO ALIMENTICIO?

Son decisivos los siguientes aspectos: La presentación exterior, es decir, el rotulado, así como la ilustración y la impresión general que cause en el comprador por la declaración y forma de envasado. Tienen denominación engañosa los productos alimenticios que llevan un nombre falso o que se ofrecen con indicaciones inexactas acerca de la calidad o con afirmaciones publicitarias incorrectas en las etiquetas.

Este es el caso, especialmente, cuando las imágenes de la etiqueta no responden al contenido real del envase.

Ejemplos:

presentación de frutas secas en envolturas de celofán, colocándolas de tal manera que sólo queden visibles para el consumidor las frutas escogidas y de calidad superior a la normal;

cajas con capas de cartón excesivamente grueso o que disponen de doble fondo;

envases de color recubiertos de celofán (siempre y cuando el color cause una impresión equivocada en cuanto a la calidad del contenido)

También se consideran engañosas las indicaciones y las representaciones gráficas que ponen de relieve cualidades que posee el producto alimenticio en cuestión de por sí o que están prescrip

Gerencia de Finanzas

tas "a priori" en la legislación alimentaria. Tan engañoso es hacer destacar de manera parcial y exagerada propiedades y, sobre todo, aquellas que se refieren a los efectos nutritivos de orden fisiológico y a supuestas virtudes para la salud, como poner de relieve una cualidad para determinados fines, por ejemplo, dietéticos.

Si se hace referencia a una propiedad o calidad especial, deberán cumplirse requisitos superiores a los exigidos para calidades normales en el comercio.

ROTULADO DE PRODUCTOS ALIMENTICIOS

El decreto sobre el rotulado y etiquetado de productos alimenticios exige para los alimentos envasados una declaración exacta. Por rotulado se entiende las indicaciones efectuadas en los envases sobre clase, contenido, peso, composición y fabricante. La indicación del fabricante es importante para que, en caso de reclamaciones, pueda averiguarse el camino seguido por la mercancía. El rotulado debe efectuarse de manera que salte a la vista y en letras suficientemente grandes.

En el envase se indicará en idioma alemán:

1. nombre y sede social del fabricante o de la persona, bajo cuyo nombre se pone en circulación la mercancía;
2. clase de contenido según la denominación usual en el mercado;
3. cantidad envasada según pesos y medidas alemanes. Si por razones técnicas el contenido no se puede pesar exactamente, habrá de expresarse el peso mínimo garantizado (cifras aproximadas son admisibles);
4. para carnes y preparados de carne, pescado y sus derivados, así como crustáceos y moluscos se declarará además del peso neto, el peso de la carne o de la parte de carne en el momento del empaclado o envasado. De producirse una eventual merma debido a tratamientos posteriores (por ejemplo, esterilización), ésta también se indicará;
5. para carnes y productos cárnicos, pescado, crustáceos y moluscos se indicará la fecha de envasado o la caducidad del alimento en cuestión;
6. para conservas hortofrutícolas se declarará el peso de la verdura, hortaliza o fruta en el momento del envasado (sin incluir el líquido agregado).

QUIEN DEBE COLOCAR EL ETIQUETADO?

Responsable del etiquetado es el fabricante o la persona que importa la mercancía del extranjero. Las mercancías importadas que lleven una declaración en idioma extranjero deberán ser provistas de una etiqueta adicional en alemán que responda a las exigencias del decreto sobre el rotulado y etiquetado de productos alimenticios. Si los envases van provistos de una etiqueta en varios idiomas, no es necesario colocar otra en lengua alemana, siempre que la versión alemana responda a las exigencias del decreto sobre el rotulado y etiquetado de alimentos. Dicha etiqueta deberá estar colocada en un lugar bien visible y el tamaño de las letras permitirá una fácil lectura. Del etiquetado correcto es responsable el importador.

El concepto "rotulado" (etiquetado) no debe confundirse con el término "identificación" (distinción). Por identificación se entienden las indicaciones efectuadas en orden a señalar que se tra-

ta de una conservación química, de colorido artificial o, por ejemplo, que se ha tratado con azufre, o sea que contiene un aditivo que está sujeto a declaración.

SUSTANCIAS AJENAS EN PRODUCTOS ALIMENTICIOS

La Organización Mundial de la Salud (OMS) exige que los alimentos sean lo más naturales posible. La Ley Alimentaria alemana prohíbe la adición de sustancias ajenas a los productos alimenticios. Sin embargo, la industria no puede prescindir en ciertos casos del empleo de sustancias ajenas. Por este motivo se han admitido excepciones para ciertas especies de mercancías y para determinadas sustancias ajenas. Estas excepciones se han estipulado en decretos especiales.

Productos alimenticios		Cantidades máximas de agentes conservantes (en gramos)			
		Número característico			
		1	2	3	4
31	Crema de pasteles y bizcochos, solamente para tratamiento superficial	0,1	0,1	0,1	--
32	Pan, siempre que se venda cortado en rebanadas y empaquetado	2,0	--	--	--
33	Pastas acabadas semihúmedas	2,0	--	--	--
34	Emulsiones de separación	1,5	1,5	1,0	--
35	Aromas con contenido de agua, con un contenido de alcohol inferior al 12 por ciento.	1,0	1,5	1,5	--
36	Preparados de cuajo	12,0	12,0	10,0	--

Las cantidades máximas de sustancias ajenas, indicadas en el § 1, párrafo 1, en los productos alimenticios citados en los números 1 a 21, 23 a 30 y 32 a 36 rigen para un kilogramo de dichos productos; en los productos citados en los números 22 y 31 rigen para un decímetro cuadrado de superficie de los mismos. Tales cantidades máximas están calculadas para las sustancias de

los números característicos

1 como ácido sórbico

2 como ácido benzoico

3 como éster del ácido parahidroxibenzoico

4 como ácido fórmico

COLORACION ARTIFICIAL DE PRODUCTOS ALIMENTICIOS

La coloración artificial de los alimentos no es absolutamente necesaria, por lo que sólo está permitida para un grupo determinado de los mismos.

La coloración artificial tiene por finalidad compensar la pérdida de color que se origina en las conservas o procurar un color estimulante del apetito a los productos que en su color natural resultan inapetecibles. No obstante, no debe exagerarse la intensidad del color, sobre todo, en las conservas de fruta, donde no debería resaltar más que el color natural del producto en cuestión.

Para la coloración de productos alimenticios se han autorizado 5 colorantes sintéticos amarillos, 2 color naranja, 8 rojos, 3 azules, 3 verdes, 2 negros, así como 13 colorantes especiales de origen vegetal. También puede elegirse entre otros 13 colorantes para marchamar las superficies de ciertos alimentos (por ejemplo, para el marchamo de inspección de la carne) o sus materiales de envasado.

En ninguno de los casos se permite disimular por coloración artificial el mal estado de un alimento. Esto equivaldría a un delito contra la Ley Alimentaria por tratarse a la vez de un acto de adulteración y presentación fraudulenta, además de ser en primer lugar objeto de reclamación por tratarse de un alimento deteriorado.

La coloración artificial debe indicarse claramente en los envases con la mención: "Con colorante". No está permitido ningún tipo de calificativo atenuante.

Si en un producto alimenticio sólo se ha tratado con colorante alguno de sus componentes, basta indicar el artículo así tratado, por ejemplo, en macedonias de fruta: "Cerezas con colorante". Si los ingredientes tratados con colorante no provocan un cambio evidente de color en el preparado alimenticio, no existe la obligación de indicarlo.

En los países de las Comunidades Europeas, los colorantes admitidos se designan con números característicos. Estos números llevan delante las iniciales EG (CE). De esta forma, con la designación numeral puede prescindirse de la complicada denominación química.

Lista de los productos alimenticios que pueden ser tratados con colorantes artificiales:

1. Abadejos del Mar del Norte (sucedáneo de salmón)
2. Pasta de anchoas
3. Derivados de huevas, a excepción de huevas ahumadas
4. Gambas (camarones) y bogavante imperial (*Nephrops norvegicus*) cuando se ha mejorado su conservación por calentamiento en envases cerrados.
5. Conservas de fresas, cerezas, frambuesas y ciruelas en envases herméticos.
6. Confituras, mermeladas de una fruta y gelatinas a base de bayas rojas y cerezas, pulpas finas esterilizadas de cereza, frambuesa y fresa.
7. Mermeladas de varias frutas.

8. Bebidas artificiales calientes y frías, gaseosas
9. Cremas, flanes, gelatinas, "rote Grütze" (bayas rojas, azúcar, fécula, salsa de vainilla), sopas y salsas dulces, a excepción de los productos fabricados a base de cacao, chocolate, café, huevo o caramelo
10. Helados artificiales, miel sintética.
11. Frutas y partes de frutas escarchadas o garapiñadas, a excepción de limón y naranja escarchados, así como nueces y almendras como tales.
12. a) Recubrimientos de azúcar de todo tipo, especialmente adornos pasteleros, capas superficiales para gageas, capas de azúcar u otras partes que resalten, coloreadas también con fines de adorno, de chocolates, dulces, galletas y productos de panificación y pastelería conservables y de chicles; se exceptúan los recubrimientos fabricados exclusivamente a base de caramelo y aquellos, en cuya denominación se hace referencia a leche, mantequilla, miel, huevo, malta, caramelo, cacao, chocolate o café, así como los recubrimientos a base de las sustancias autorizadas en el § 2, inciso 2, Nº 13, del Decreto general sobre sustancias ajenas (Allgemeinê Fremdstoffverordnung) para recubrir artículos de cacao;
b) Artículos de gelatina, mazapán y similares; rellenos, con contenido de grasa, de galletas y productos de pastelería conservables, a excepción de los productos fabricados a base de huevo, malta, caramelo, cacao, chocolate o café.
13. Demás productos de confitería; a excepción de regaliz, polvo efervescente de limonadas y mercancías, de cuya denominación se desprende que están preparadas a base de leche, mantequilla, miel, huevo, malta, caramelos, cacao, chocolate o café.
14. Licores de aromas frutícolas, licores y aguardientes de especias y hierbas finas.
15. Margarina, pero sólo con el colorante E 160 b y a condición de que se emplee también carotina.
16. Queso de corte, queso semiduro de corte y tipo "chester", pero sólo con el colorante E 160 b. también como producto básico para la fabricación de quesos de crema y preparados de queso.

TRATAMIENTO DE FRUTAS CON SUSTANCIAS AJENAS (*)

En caso de tener que efectuar largos transportes entre las regiones de producción y los mercados de consumidores, se hace necesario un tratamiento de protección contra el enmohecimiento y podredumbre de las frutas. Sólo se trata la superficie de las mismas.

¿Qué tipos de fruta pueden tratarse con sustancias ajenas?

Cítricos	(sólo la corteza)
Plátanos	(sólo la cáscara y la superficie de corte del troncho)
Uvas pasas	(superficie)

(*) NOTA: La Consejería Económica Argentina en Bonn, ha informado por cable del 4 de mayo p.p.d. que, según reglamento Federal sobre empleo de colorantes, está prohibido el tratamiento de frutas cítricas con colorantes de cualquier naturaleza,-

Sustancias ajenas permitidas

Sustancia permitida	Aplicación	Cantidad máxima en g por kg de fruta
Difenilo (bifenilo)	Cítricos (Superficie de la corteza)	0.07
Ortofenilfenol	Cítricos (superficie de la corteza)	0,012
Tiabendazol	Cítricos (superficie de la corteza) y plátanos (cáscara)	0,006 0,003
Cera de abeja, esperma de ballena, cera de corneuba, determinados ésteres de ácidos monoésteres, goma laca, resinas de cumarona e indeno, sales alcalinas del ácido oleico, resinas poliolefinas (todas estas sustancias también mezcladas entre sí)	Para tratar la superficie de las cortezas de cítricos y plátanos	0,14
Monoglicéridos acetilados de grasas naturales	Para tratar las superficies de uvas pasas, a excepción de pasas de corinto	6,0

Las resinas poliolefinas están permitidas también para recubrir los materiales de empaquetado. Cuando se empleen para el tratamiento superficial de cítricos han de observarse las exigencias planteadas en torno a su grado de pureza.

El tratamiento con sustancias ajenas debe indicarse:

en cítricos: "Con difenilo (ortofenilfenol, tiabendazol)-
Corteza no comestible".
"Tratado con cera - Corteza no comestible"

en plátanos: No existe obligación de indicarlo

en uvas pasas: "Con glicéridos"

Para pulpas y zumos obtenidos de frutas tratadas con sustancias ajenas no existe la obligación de indicarlos.

Atención: Los alimentos en cuya fabricación se hayan empleado cortezas de cítricos tratadas con sustancias ajenas se consideraron adulterados. La comercialización de tales alimentos está prohibida, aún cuando se exprese la indicación correspondiente. Esto debe tenerse especial-

mente en cuenta en la obtención de sustancias básicas para la industria de bebidas.

TRATAMIENTO DE PRODUCTOS ALIMENTICIOS CON DIOXIDO SULFURICO Y SALES DEL ACIDO SULFUROSO

El dióxido sulfúrico (SO₂) y las sales del ácido sulfuroso tienen un efecto antioxidante, decolorante y conservante. El empleo de ácido sulfuroso y sus sales respectivas está limitado generalmente a productos del reino vegetal.

Están permitidas las siguientes sales del ácido sulfuroso:

- dióxido sulfúrico
- sulfito sódico
- disulfito potásico
- metabisulfito sódico y potásico
(pirosulfito de Na y K)
- sulfito cálcico

Estas sustancias están sujetas a requisitos de pureza especiales.

Productos alimenticios que pueden sulfitarse:

Producto alimenticio	Contenido máximo del total del ácido sulfuroso agregado, calculado en base al dióxido sulfúrico Miligramos/kilogramo
1. Frutas secas	
a) uvas, exceptuadas las pasas de Corinto	1000
b) piñas, manzanas, membrillos	1500
c) albaricoques, peras, melocotones	2000
2. Frutas secas semihúmedas en baño de azúcar	1000
3. Manzana cruda mondada, en trozos, para pastelería	80
4. Cortezas rayadas de cítricos para pastelería industrial	125
5. Zumos de cítricos puros, también concentrados, hasta un peso específico de 1,33	300
6. Pectina líquida y gelatinizantes para frutas	800
7. Espárragos, apio, cebollas, coliflor, nabos, chirimía, pero sólo artículos secos	500

Producto alimenticio	Contenido máximo del total del ácido sulfuroso agregado, calculado en base al dióxido sulfúrico Miligramos/ kilogramos
8. Cebollas picadas, cebollas en vinagre, ajo picado	300
9. Rábano rusticano desmenuzado	1000
10. a) Patatas peladas, también desmenuzadas	50
b) Productos de patatas congelados	100
c) Artículos secos de las patatas y pasta cruda para albóndigas de patata	100
11. Cebado perlada, farro	150
12. Vinagre de fermentación	50
13. Gelatina comestible secada al aire	400
14. Vino exento de alcohol	120

Cantidades máximas (limitación) del contenido de ácido sulfuroso en alimentos elaborados y cuando se emplea ácido sulfuroso como medio auxiliar técnico:

Producto alimenticio	Cantidad máxima del contenido residual del total de ácido sulfuroso, calculado en base al dióxido sulfúrico Miligramos/ kilogramo
1. Almidón seco	50
2. Edulcorantes de almidón, a excepción de dextrosa	50
3. Caramelos duros y blandos, fondant	50
4. Sagú	50
5. Confituras, mermeladas, dulce de ciruelas, jalea de fruta y rellenos u otros componentes de productos de confitería y pastelería a base de pulpas y cremas de fruta y plantas	50
6. Fruta escarchada, otras partes de plantas y frutas escarchadas para pastelería	100

7.	Jengibre en almíbar	50
8.	Cortezas de limón y naranja escarchadas	30
9.	Pectina seca	50
10.	Verduras y hortalizas en vinagre	20
11.	Zumo de uva	50

La cantidad máxima del contenido residual del total de ácido sulfuroso, calculado en base al dióxido sulfúrico, en otros productos alimenticios no enumerados en los puntos 1 a 10 no debe ser superior a 10 miligramos por kilogramo de los mismos después de concluida la fabricación o elaboración.

Dióxido sulfúrico como medio auxiliar técnico.

El dióxido sulfúrico se volatiliza con bastante facilidad. También las sales del ácido sulfuroso pierden lentamente su actividad bajo la acción del aire. Debido a estas propiedades, el dióxido sulfúrico se emplea en muchos casos en la industria alimentaria como "medio auxiliar técnico". Por este concepto se entienden aquellas sustancias ajenas que se emplean en la obtención, fabricación o elaboración de productos alimenticios por razones tecnológicas. Estas sustancias no están destinadas al consumo, pero, inevitablemente, siempre quedan algunos residuos en la mercancía tratada. Si en el tratamiento tecnológico de alimentos se ha empleado ácido sulfuroso como medio auxiliar, se autoriza generalmente una cantidad residual de 10 mg por kg del producto respectivo, después de concluida la fabricación.

Como quiera que no es posible observar este bajo valor límite en todas las clases de productos, el legislador ha admitido excepciones, como puede desprenderse de la tabla anterior.

Los productos sulfitados habrán de identificarse como tales mediante la indicación "sulfitado". Están prohibidos los calificativos generalizadores como "usual en el mercado", "liviano", "inocuo". Si el contenido de SO₂ es superior a 500 mg/kg habrá de indicarse que se trata de un producto "altamente sulfitado". No obstante, esto es aplicable solamente para productos destinados a comer en crudo (por ejemplo, frutas secas). Cuando el contenido de SO₂ es inferior al 10 mg/kg no existe obligación de indicarlo.

Semielaborados industriales altamente sulfitados:

Para productos semielaborados industriales, altamente sulfitados, que no se vendan directamente al consumidor, no se han fijado límites para el contenido de SO₂. Se trata, por ejemplo, de pulpas de fruta y cerezas para la industria, destinadas a la fabricación de mermeladas y dulces. Para tal materia prima basta la indicación "sulfitado". Sin embargo, la industria transformadora tiene que atenerse a la cantidad residual máxima admisible de SO₂ para el producto acabado e indicarlo debidamente.

SUSTANCIAS AJENAS EMPLEADAS POR RAZONES AGRARIAS

En este capítulo, el uso excesivo e incontrolado de medios antiparasitarios (insecticidas, fungicidas, etc.) y pesticidas, en particular, representa un foco de peligros para la salud del ser humano. Este amplio sector se ha regulado mediante dos decretos al efecto. Estos decretos se ocupan de las cantidades residuales aún soportables de pesticidas que -inevitablemente- pueden presentarse en materias primas vegetales, así como del problema de las cantidades residuales de productos químicos en relación con el empleo de medios contra epidemias y desinfectantes para la ganadería.

RESIDUOS DE PARASITICIDAS Y PESTICIDAS EN LOS ALIMENTOS

En el decreto sobre cantidades máximas de medios antiparasitarios en productos vegetales ("Höchstmenge-VO- Pflanzenschutz, pflanzliche Lebensmittel") se indican unos 180 productos químicos diferentes que pueden emplearse en la agricultura y horticultura. También se indica el nombre comercial del producto antiparasitario, la denominación química, las especies vegetales (verdura, hortaliza, fruta, cereales, tubérculos y raíces tuberosas) para las que se autoriza cada uno de los productos químicos, así como la cantidad máxima establecida respectivamente, expresada en "ppm" (parts per millón) = mg de sustancia química activa por kg de producto fresco. Estas cantidades no deben sobrepasarse. También se citan las sustancias químicas que no deben presentarse, en ninguno de los casos, ni en los productos alimenticios ni sobre ellos.

Residuos excesivos de pesticidas en productos agrarios:

Si los residuos de productos antiparasitarios adheridos a los alimentos superan las cantidades máximas autorizadas, estos podrán eliminarse por almacenamiento de los alimentos o siguiendo otro tratamiento adecuado. No obstante, tales partidas deberán señalarse con un rótulo especial para evitar toda confusión y su respectiva identificación:

"Mercancia con residuos excesivos de pesticidas, prohibida la venta al consumidor".

Al entregar tales productos alimenticios a otra empresa debe colocarse dicho rótulo de identificación sobre el embalaje, habiendo de indicarse también este hecho en los documentos correspondientes.

Residuos excesivos de pesticidas en productos del reino animal

Aquí se trata de productos químicos solubles en lípidos que se van acumulando en el tejido adiposo de los animales útiles, así como en la leche y los huevos, al ser ingeridos por largo espacio de tiempo a través de los piensos y forrajes. Con vistas a proteger la salud del ser humano, se han establecido valores límites para estas sustancias.

Prohibición del empleo de DDT

(DDT = diclorodifenilo-tricloroetano)

A través de la Ley del DDT se ha prohibido en amplia medida el empleo de DDT, especialmente, en establos para animales destinados a la obtención de productos alimenticios, así como en recintos donde se fabrican, almacenan o tratan productos alimenticios.

PRODUCTOS SUBTROPICALES EN RELACION CON EL CONTROL ALIMENTARIO ALEMAN

TE

Bajo la denominación "té" se entenderá, fundamentalmente, el producto que proceda del arbusto del té auténtico (especie bot, "thea").

Como "mezclas de té" sólo está permitido poner en circulación mezclas de clases comerciales de té de diferente procedencia, pero no la adulteración con partes de plantas que no pertenecen a la especie botánica "thea"

El té ha de denominarse de acuerdo con el país de origen respectivo, la región de cultivo, la calidad de las hojas y el método de preparación. El té no debe oler ni a podrido ni a enmohecido ni a agrio. El té debe estar exento de desmenuzamientos, polvo y de sustancias ajenas. Las hojas tienen que ser jóvenes y los pecioloos tiernos. El porcentaje de hojas viejas

pecíolos leñosos o flores de té no debe exceder del 2%.

El porcentaje de pecíolos, incluso en las clases normales, no debe sobrepasar el 15%. El contenido de humedad debe ser inferior al 8%, el valor límite superior es del orden del 12%.

Un contenido de agua superior al indicado puede llegar a producir ya (por razones microbiológicas) alteraciones del olor y del sabor, toda vez que el té, como mercancía de comercialización mundial, se suele someter a largos tiempos de almacenamiento.

El empaqueo del té exige cuidados especiales. Para el transporte marítimo, los recipientes han de ser absolutamente estancos al agua. Las cajas de madera contrachapada, que se usan normalmente para el transporte del té, deben estar revestidas de una lámina metálica.

De acuerdo con los usos comerciales prácticos y según estadísticas analíticas, el té debe presentar los siguientes datos analíticos:

Porcentaje de pecíolos (pedúnculos)	inferior al 15%
Humedad	inferior al 12%
Extracto (té verde)	aprox. 29%
(té negro)	aprox. 24%
Contenido de cafeína	1,5-2,5%

PRODUCTOS FRUTICOLAS

Los conceptos de mermelada, confitura, pulpa, crema, almíbar, gelatina y zumos destinados a la elaboración industrial están regulados en un decreto especial. El decreto especial sobre productos frutícolas aborda también las cuestiones relativas a la adulteración, estado deteriorado y denominación engañosa de tales productos.

ZUMOS DE FRUTA

Entre los zumos de fruta apropiados para el consumo directo es de gran importancia económica, ante todo, el zumo de naranja. Este ramo de la alimentación está regulado por las "normas generales para zumos de fruta".

Según estas normas generales, está permitido conservar los zumos por filtración, calor (pasteurización), frío (congelación) y por un tratamiento de ácido carbónico a presión.

También está permitido espesar los zumos para obtener concentrados.

El zumo de naranja puede comercializarse en estado "claro" o "turbio" (al natural). Cuando se califique el zumo de "rico en vitamina C", se presupone que tiene un contenido de ácido ascórbico natural de 250 mg/l como mínimo. Normalmente, los zumos de naranja frescos, recién exprimidos, contienen 400 mg de vitamina C por litro.

Está prohibido tratar los zumos de fruta con agentes conservantes o con azufre. (En relación con el sulfitado, los zumos de uva constituyen una excepción). Los zumos de fruta deben tener poder fermentativo. El contenido de ácidos volátiles, calculados en base al ácido acético, no debe exceder de 0,4 g/l. El contenido eventual de ácido láctico, como producto de fermentación no siempre evitable técnicamente, debe ser inferior a 0,6 g/l. El contenido de alcohol está limitado a 5,0 g/l como máximo.

Los zumos de fruta concentrados se designan con la expresión "Fruchtsaftkonzentrat" (concentrado de zumo de fruta), siendo necesario indicar la relación de concentración.

En caso de volver a diluir tales concentrados para obtener zumos de densidad natural, sólo esté

permitido emplear agua exenta de cloro y desmineralizada, del mayor grado de pureza. La densidad (peso específico) de los zumos de naranja será por lo menos de 1,045. El contenido total de ácido (calculado en base al ácido tartárico) no debe ser inferior a 8 g/l y el contenido de ácido ascórbico tampoco debe hallarse por debajo de 200 mg/l. El contenido permitido de aceite de la corteza se ha fijado en 0,3 mg/l como máximo.

Los concentrados de cítricos que sirven de extractos y sustancias básicas en la industria de las bebidas para la obtención de bebidas de zumos de fruta, limonadas y naranjadas (con y sin gas), bebidas artificiales frías y calientes pueden conservarse con ácido sórbico (1,0 g/kg) ácido benzoico (1,0 g/kg) o ácido fórmico (4,0 g/kg) según lo establecido en el decreto sobre agentes conservantes.

Sin embargo, esto no es aplicable para concentrados de zumos de fruta destinados a ser diluidos de nuevo con vistas a ofrecer zumos de densidad natural.

ESPECIAS

En lo referente a las especias no existen disposiciones alimentarias específicas. Para este sector son válidos los usos prácticos comerciales, así como las exigencias de los consumidores. Según los conceptos determinados por la asociación profesional de la industria de especias y condimentos, se entiende por "especias" las partes de una planta, por ejemplo, raíces, trozos de raíces, cortezas, hojas, hierbas finas, frutos o semillas de un tipo de planta, que por su sabor u olor aromático o característico encuentran aplicación como alimento.

Es natural que las especias tienen que estar exentas de sustancias ajenas u otras impurezas y que no deben estar atacadas por parásitos o gérmenes patógenos. En cuanto a las posibles impurezas animales, ha de prestarse atención a que no haya insectos, partes de insecto, larvas, gusanos, ácaros, pelos de roedores, etc. El coeficiente de gérmenes (gérmenes de bacterias y esporas de mohos) debe ser bajo. Si las especias presentan un contenido elevado de gérmenes, éstas se someten a veces antes del empaquetado a un tratamiento de gas empleando óxido de etileno. Naturalmente, después de este tratamiento no deben quedar residuos de óxido de etileno (decreto sobre sustancias ajenas). La indicación "desgerminizado" sólo tiene razón de ser cuando, tras el tratamiento de gas, se ha reducido el coeficiente de gérmenes a un valor considerablemente inferior a 10.000 gérmenes por gramo.

Para la valoración de las especias se emplean valores empírico-estadísticos en relación con el contenido de sustancias activas (por ejemplo, aceite etéreo), así como también en lo relativo al contenido de ceniza y arena.

Exigencias planteadas a las especias de acuerdo con los usos prácticos comerciales. (indicaciones de la literatura del ramo)

Especias	Humedad máx.	Contenido de aceite mín.	Ceniza	Arena (Porcentaje de ceniza insoluble en ácido clorhídrico) máx.
Cardamomo (Fructus cardamomi) (con cáscara)		3,5-4%	10%	4%
Cardamomo (semillas)		3,5-4%	7%	2%

Especies	Humedad máx.	Contenido de aceite min.	Ceniza	Arena (Porcentaje de ceniza insoluble en ácido clorhídrico) máx.
Clavos * (cariofileo)	12%	14%	8%	1%
Jengibre (Zingiber offic.)		1,5%	8%	3%
Cilantro (Coriandrum sativum)		0,3%	8%	2,5%
Comino (Carum carvi)		3,5%	9%	2%
Hojas de laurel (Folia lauri)	8%	1-2%	6%	1%
Macis (Arillus Myristicae)		4-10%	2,5%	0,5%
Nuez moscada (Semen Myristicae)		5-6%	3,5%	0,8%
Pimentón	Dulce	0,1%	6,5%	1%
(Capsicum annuum)	Picante	0.05%	7,5%	1%
	Extracto de alcohol (aprox.)	25%		
Pimienta: (Pimienta offic.)		2%	6%	0,5%
Pimienta negra* (Piper nigrum)			7%	4%
Pimienta blanco* Azafrañ*			6%	1%
(Crocus sativus)	12%	0,6%	6,5%	1%
Vainilla vainilla (Vanifolia)	Extracto de éter (aprox)	5%	7%	
Canela (Cinnamomum)	13%	2%	5-7%	1,8%

En los clavos no más de un 10% de pedúnculos
 En la pimienta hasta un 5% de frutos negros, hasta un 2% de pedúnculos
 En la pimienta negra, hasta un 17,5% de fibras brutas
 En la pimienta blanca, hasta un 7,5% de fibras brutas
 En el azafrañ, los pistilos no deben exceder del 30%.

Las semillas de adormidera no deben contener más del 0.05% de semillas de bileño.

Fundamentalmente ha de prestarse atención en todos los tipos de especias a que no haya residuos excesivos de parasiticidas y pesticidas.

FRUTAS SECAS

Para la exportación sólo se adaptan frutas secas de alta calidad. El contenido de agua debe ser tan reducido, que, aún en caso de largo almacenamiento, no pueda formarse moho.

El grado de secado necesario depende de la clase del producto. La humedad que quede después del secado no debe pasar del 30%. Habrá de evitarse un secado demasiado fuerte, ya que de lo contrario se pierde el color. Un alto contenido de agua favorece el proceso fermentativo, el avinagrado y el desarrollo de los ácaros, sobre todo en dátiles e higos.

El contenido de agua en higos secos es del orden del 27%, en plátanos secos del 20%, en dátiles se sitúa entre el 19 y el 20%, aproximadamente, y en pasas de uva entre el 14 y el 18%. La algarroba (*Ceratonium*) contiene un 11 - 12% de humedad residual. En nueces se secadas al aire, el contenido de agua se sitúa entre el 10 y el 13%.

Las exigencias que deben plantearse a las frutas secas no se hallan estipuladas en normas legales, ni tampoco en normas de tipo general o directrices. Para valorar si un producto se encuentra deteriorado se recurre a las características mencionadas en el decreto sobre la fruta, o sea; impurezas, olor o sabor ajenos tal como sucede, por ejemplo, en caso de fermentación alcohólica o ácida, enmohecimiento, ácaros.

También un secado extremadamente fuerte, por superposición, tiene por consecuencia el deterioro de la mercancía.

Fundamentalmente, toda mercancía atacada de parásitos se considera deteriorada, aunque se pueda frenar el desarrollo de los mismos mediante un tratamiento por vapor o gas.

La plaga de parásitos puede haberse producido ya antes de la recolección, aunque no se vean sino después, cuando se han desarrollado las larvas. Sin embargo, también existen parásitos típicos de las frutas secas.

En relación con las frutas secas cabe mencionar especialmente el decreto sobre el dióxido sulfúrico, y en lo referente a las pasas de uva el decreto sobre tratamientos de frutas. No está permitido tratar fruta seca con agentes conservantes. En caso de que se haya efectuado el secado en bastidores metálicos, habrá de examinarse si la mercancía contiene eventualmente estaño.

FRUTAS DE CASCARA DURA (NUECES Y SIMILÁRES)

Este tipo de frutas debe proceder de la última cosecha. Las mezclas con frutas procedentes de cosechas anteriores se considerarán como mercancía adulterada. Es cierto que también pueden comercializarse las cosechas anteriores - siempre que la mercancía no esté deteriorada - pero, en este caso, deberán identificarse como tales. Está prohibido descolorar nueces mediante ácido sulfuroso. Dado el gran número de productos existentes y debido a la falta de bases jurídicas suficientes, resulta a veces necesario tomar decisiones judiciales. Así es como, no raras veces, deben aclararse cuestiones difíciles o pendientes en materia alimentaria o través de los tribunales ordinarios, con el auxilio de expertos y averiguando los deseos efectivos del consumidor.

En tales casos, dichas sentencias adquieren el carácter de norma jurídica - sobre todo en decisiones reiterativas y análogas. De esta forma resulta el hecho, por ejemplo, de que las nueces o castañas que llevan la denominación relevante de "Extra" o "Excelente" no deben presentar más del 10% de desechos, estimándose de lo contrario como mercancía

de denominación "engañoso".

Si el porcentaje de desechos es superior al 20%, la mercancía debe considerarse deteriorada. Así, también, las partidas de almendras dulces que contengan un 3% de almendras amargas se excluirán de la comercialización por considerarse "peligrosas para la salud".

En interés del comercio mundial, la armonización de las normas jurídicas de los distintos estados debe convertirse en el objetivo común, sentido a nivel internacional. Ya se han conseguido los primeros éxitos, en cierto modo, con la creación en la CE de las normas comunes de calidad para verduras y hortalizas, frutas y cítricos.

También los esfuerzos realizados por la Comisión del Código Alimentario de la Organización para la Agricultura y la Alimentación (FAO) y por la Organización Mundial de la Salud (OMS), organizaciones ambas de las Naciones Unidas, contribuirán a alcanzar este objetivo.

BASES JURIDICAS

1. Gesetz über den Verkehr mit Lebensmitteln, Tabakerzeugnissen, kosmetischen Mitteln und sonstigen Bedarfsgegenständen (Ley sobre el tráfico de productos alimenticios, productos del tabaco, cosméticos y demás materiales necesarios), del 15 de agosto de 1974.
2. Lebensmittel-Kennzeichnungsverordnung (Decreto sobre el rotulado y etiquetado de productos alimenticios) del 25 de enero de 1972/ 19 de junio de 1974
3. Allgemeine Fremdstoff-Verordnung (Decreto general sobre el uso de sustancias ajenas) del 19 de diciembre de 1959, 14 de marzo de 1967/ 12 de noviembre de 1968/ 22 de diciembre de 1971.
4. Konservierungsstoff-Verordnung (Decreto sobre agentes conservantes) del 19 de diciembre de 1959/ 25 de abril de 1968/ 20 de marzo de 1971/ 11 de mayo de 1974/ 31 de enero de 1975
5. Farbstoff-Verordnung (Decreto sobre colorantes) del 19 de diciembre de 1959/ 14 de marzo de 1967, 12 de noviembre de 1968/ 28 de marzo de 1972.
6. Fruchtbehandlungsverordnung (Decreto sobre tratamiento de frutas), del 19 de diciembre de 1959, 16 de julio de 1965/ 3 de mayo de 1967/ 28 de noviembre de 1968/ 13 de agosto de 1969/ 28 de marzo de 1972.
7. Schwefeldioxid-Verordnung (Decreto sobre el dióxido sulfúrico) del 13 de agosto de 1969/ 18 de Noviembre de 1972/ 30 de marzo de 1973
8. Höchstmenge-VC-Pflanzenschutz, pflanzliche Lebensmittel (Verordnung über Pflanzenschutz, Schädlingsbekämpfungs- und Vorratsschutzmittel in oder auf Lebensmitteln pflanzlicher Herkunft (Decreto sobre parasiticidas y pesticidas y agentes conservantes en o sobre alimentos del reino vegetal) Publicación de la versión refundida del 5 de junio de 1973.

9. Verordnung über Höchstmengen an DDT und anderen Pestiziden in oder auf Lebensmitteln tierischer Herkunft (Höchstmengen-Verordnung, tierische Lebensmittel) Decreto sobre cantidades máximas de DDT y otros pesticidas en o sobre productos alimenticios de origen animal). (Decreto sobre cantidades máximas de pesticidas, alimentos del reino animal) del 15 de noviembre de 1973.
10. DDT-Gesetz (Ley sobre el uso del DDT) del 7 de agosto de 1972/2 de marzo de 1974
11. Verordnung über Kaffee (Decreto sobre el café) del 10 de mayo de 1930/26 de Marzo de 1963.
12. Verordnung über Kakao und Kakaoerzeugnisse (Decreto sobre el cacao y sus derivados) del 15 de julio de 1933/ 20 de enero de 1966
13. Verordnung über Tee und teeähnliche Erzeugnisse (Decreto sobre el té y productos similares) del 12 de diciembre de 1942.
14. Verordnung über Obsterzeugnisse (Decreto sobre productos frutícolas) del 15 de julio de 1933/ 17 de agosto de 1938
15. Verordnung über Trinkwasser und Brauchwasser für Lebensmittelbetriebe (Decreto sobre aguas potables e industriales para empresas transformadoras de productos alimenticios) del 31 de enero de 1975
16. Eierprodukte-Verordnung (Decreto sobre productos de huevos) del 19 de febrero de 1975.

ALEMANIA R.F. - CUESTIONES LEGALES E HIGIENICAS RELACIONADAS CON LA IM
PORTACION DE CARNES Y PRODUCTOS DE CARNE Y PESCADO (*)
PUBLICADO POR EL MINISTERIO FEDERAL DE COOPERACION ECONOMICA

Con vistas a facilitar el comercio internacional, numerosos gremios nacionales e internacionales se esfuerzan hoy en día por eliminar las trabas comerciales aún existentes, tales como las restricciones cuantitativas a la importación, las tarifas aduaneras, etc.

Pero, la liberación del comercio internacional en el sector alimentario topa en la actualidad necesariamente aún con ciertos límites, cuando se trata de salvaguardar los intereses y las esperanzas justificadas de los consumidores; esto sirve especialmente para proteger la salud del consumidor y librarle de engaños y precios abusivos.

Las normas de la higiene general para productos alimenticios difieren mucho en los diferentes países y regiones del mundo, ya que no sólo dependen de decisiones políticas, sino que han sido determinadas también por las condiciones climatológicas, sociológicas y económicas, así como por las tradiciones y hábitos en el consumo. Sin embargo, el consumidor tiene fundados intereses en verse protegido contra daños de la salud tanto en el caso del consumo de alimentos importados como en el de alimentos de procedencia nacional; por esta razón, el Estado, o sus órganos competentes están obligados a prever, introducir y controlar las medidas oportunas al caso.

Simultáneamente, los fabricantes y comerciantes de productos alimenticios nacionales no quieren verse perjudicados en el mercado interior frente a productos importados del mismo tipo en lo que respecta a los requisitos higiénicos legales (competencia).

De ello resulta necesariamente que, en la actualidad, las normas y controles higiénicos contribuyen a obstaculizar de manera especial el tráfico comercial internacional con productos alimenticios. Esta situación es tanto más significativa cuanto que la mayoría de los países industriales se ven obligados a cubrir una parte creciente de sus necesidades de comestibles mediante importaciones de todo el mundo.

Sin embargo, mientras no se hayan eliminado las diferencias aún existentes, coordinando a escala internacional y supranacional las normas legales al efecto, el comercio internacional de productos alimenticios sólo podrá desarrollarse en base a los principios higiénicos del país importador respectivo, lo cual, desde luego, no impide de ninguna forma que se simplifique progresivamente la tramitación técnica y organizatoria del comercio.

Recordemos aquí, a título de ejemplo, la creciente tendencia a tratar y elaborar las materias primas alimenticias, así como a fabricar productos acabados en envases adecuados para

(*) por Dr. med. vet. Klaus Schröder,
veterinario especialista para la higiene alimentaria, asistente científico de la cátedra de higiene y tecnología de productos alimenticios del reino animal de la Universidad de Munich, sección especial de Medicina Veterinaria.



el consumidor en el país productor, o la posibilidad de ejecutar en amplia medida en el país exportador los controles a efectuar durante el proceso de fabricación. Así es como, en los años pasados, se ha producido una transformación sustancial en todos los ramos de la importación de comestibles que puede exponerse de forma relativamente fácil en el caso de las carnes y pescados. -

Tipo y cantidad de las importaciones de carne y pescado en la RFA

Actualmente, la República Federal de Alemania cubre el 10-15% de la demanda anual de carne y, aproximadamente, el 30% de las necesidades de pescado mediante importaciones de los países miembros de la Comunidad Europea (CE) o de los llamados "terceros países" (países no miembros de la CE). Mientras que antes se importaba la carne preferentemente en forma de animales vivos o como canales enteras, medias canales y cuartos de canal, hoy existe la tendencia a importar de los países productores sólo aquellas piezas de carne y despojos comestibles que puedan elaborarse sin trabajo adicional y sin "desperdicios" (huesos, grasas, etc.) o que puedan venderse directamente al consumidor final. Paralelamente se importan, en medida creciente productos ya elaborados como jamón, embutidos de masa cruda y conservas cárnicas (corned beef, carne en su jugo, carne estofada, etc.) Algo similar ocurre con la importación de pescado y productos de pescado, aunque se puede suponer que, aquí, la relación entre la cantidad de mercancía fresca y elaborada está más equilibrada que en el caso de la carne fresca y los productos cárnicos.

MEDIDAS GENERALES PARA LA PROTECCION DEL CONSUMIDOR

Debido al mencionado cambio, se ha hecho mucho más difícil, por lo menos a nivel nacional, asegurar la protección del consumidor contra daños causados por las carnes y los productos de carne y pescado importados, ya que los controles "clásicos" no se efectúan generalmente hasta la entrada de la mercancía importada en los puestos de aduana, y es más fácil diagnosticar disponiendo del animal vivo o de la canal entera que en pequeñas piezas de carne, órganos sueltos o en productos elaborados ya envasados. Con la intensificación de las pruebas al azar sólo puede compensarse en parte este defecto y son considerables los gastos en concepto de personal adicional y medios materiales complementarios, además de que por el deshielo temporal de la mercancía, o menudo congelada, se crean nuevos problemas higiénicos. Por esta razón, para la importación de carne de reses sacrificadas se han buscado nuevos métodos que consisten en "trasladar" al país exportador los controles a efectuar en el proceso de fabricación.

Según el principio del Derecho Alimentario alemán de que sólo se pueden introducir productos alimenticios en la República Federal si éstos responden a las disposiciones legales aquí vigentes, se ha previsto para carnes y despojos comestibles una reglamentación de excepción que facilita eficazmente la tramitación de los controles prescritos para la importación. De acuerdo con esta reglamentación, se suprimen los análisis veterinarios de tales productos en los puestos aduaneros alemanes, si en el control higiénico del proceso de fabricación y tratamiento, así como en la inspección de la carne - en el país exportador -, ha colaborado un veterinario alemán, delegado por el Ministerio Federal Alemán de Juventud, Familia y Sonidad (BMJFuG). Sin embargo, esta excepción no se refiere a los análisis de triquina y residuos, así como tampoco a los demás exámenes que se realicen en el marco del control general de comestibles.

NORMAS LEGALES PARA LA IMPORTACION DE CARNE Y PRODUCTOS CARNICOS
(BASE JURIDICA I)

En principio, las carnes y los productos cárnicos importados están sometidos a los mismos controles higiénicos que los productos nacionales y, en cuanto a la composición, tratamiento, envase, rotulado y etiquetado, etc., deben satisfacer los requisitos alemanes. La averiguación de la conformidad de la mercancía con las normas alemanas se constata generalmente en los puestos aduaneros de entrada.

Sólo está permitido importar carnes y productos cárnicos de aquellos mataderos, salas de despiece y de elaboración, así como en aquellos almacenes frigoríficos y congeladores que estén homologados por las autoridades veterinarias superiores competentes del país exportador respectivo, como empresas exportadoras, que hayan sido provistos de un número de control de exportación y que estén sometidos a un control permanente por parte de veterinarios oficiales del país exportador, así como que hayan sido recomendados y publicados por el ministerio federal alemán competente (BMJFuG)

Para la homologación y el reconocimiento de empresas exportadoras se han estipulado en la República Federal de Alemania exigencias mínimas. Estas normas abarcan en particular todo el proceso de fabricación, desde la entrega de las reses en el matadero hasta el despacho de los productos elaborados, extendiéndose a las condiciones higiénicas generales de las instalaciones, aparatos y vehículos de transporte, inspección de las reses de matanza y de la carne, higiene laboral y control sanitario del personal, así como envasado, rotulado etiquetado e identificación segura de los productos.

Para su homologación, la empresa exportadora tiene que acreditar que cumple las exigencias planteadas y que trabaja de acuerdo con los procedimientos prescritos en lo referente a los productos destinados a exportar a la República Federal de Alemania. Al mismo tiempo, las autoridades veterinarias competentes del país exportador asumirán la obligación de efectuar los controles pertinentes. Paralelamente, peritos del ministerio alemán competente comprobarán a intervalos irregulares si se observan las normas de higiene exigidas en las empresas exportadoras. El resultado de tales exámenes constituye la base para que la empresa exportadora continúe siendo reconocida en la República Federal o para que le sea retirado tal reconocimiento transitoria o definitivamente, si las condiciones higiénicas se hubieran modificado negativamente en la medida correspondiente desde el examen anterior; en este sentido pueden tener también importancia faltas de higiene relacionadas con epidemias. De determinados países sólo se permite, por razones de higiene relacionadas con epidemias, la importación de productos cárnicos esterilizados a altas temperaturas. Las empresas que no se hayan sometido a este procedimiento de homologación y control no pueden exportar ni carnes ni productos cárnicos a la República Federal de Alemania.

En cuanto a la carne fresca, solo está permitido importar, en principio, en canales enteras (también en medias canales y cuartos de canal cuando se señala debidamente las piezas pertenecientes a una canal). De esta normativa sólo cabe hacer una excepción si ha intervenido un veterinario alemán, delegado por el Ministerio, en el control higiénico del proceso de producción y tratamiento, así como en la inspección de la carne. Hoy en día se hace muy buen uso de esta posibilidad, ya que van cobrando mayor interés las piezas de carne deshuesadas. El veterinario alemán enviado colabora en las empresas con los veterinarios competentes del país exportador, asegurando la observación de las normas de higiene estipuladas.

Para las mercancías así controladas, el veterinario alemán encargado expide en el mismo país de procedencia un certificado de inspección sanitaria, con el cual pueden pasar la aduana alemana sin tener que someterse a otros exámenes veterinarios.

Los controles que se efectúan en las aduanas alemanas se limitan en estos casos a comprobar la identidad, los daños ocasionados por el transporte, el ensuciamiento, etc. así como, en su caso, a examinar si existen residuos; además, la carne de cerdo y los productos a base de carne de cerdo cruda se someten a un análisis de triquina o, en su lugar, a un tratamiento de congelación.

Este procedimiento de "trasladar los controles de higiene al país exportador" se aplica también en la importación de despojos comestibles frescos. De este modo se evita el tener que deshelar en aduana la mercancía, la cual se exporta mayormente congelada.

En principio la carne picada o molida y productos similares a base de carne cruda desmenuzada quedan excluidos de la importación.

Todos los exámenes necesarios para la importación de productos cárnicos se efectúan sin excepción en los puestos aduaneros alemanes. Las empresas dedicadas a la elaboración de productos para la exportación se hallan sometidas a las mismas condiciones para su homologación que los mataderos y las plantas de despiece.

Por lo demás, para la fabricación de productos cárnicos sólo debe emplearse carne que haya sido sacrificada, cuarteada, almacenada o tratada de otro modo en empresas también homologadas y reconocidas para la exportación, y que haya sido inspeccionada y valorada de acuerdo con los principios de las normas alemanas. La carne debe haber sido preparada en las empresas elaboradoras del país en el que tuvo lugar la matanza de las reses, o sea que los productos cárnicos destinados a la exportación a la República Federal de Alemania no deben haber sido fabricados a base de carne importada.

Los productos cárnicos importados sólo deben contener aquellas sustancias adicionales y auxiliares que se hayan autorizado expresamente y cuya cantidad y tipo se hallen sometidos a ciertas limitaciones; bajo determinadas condiciones están permitidas las sustancias siguientes: nitrato de potasio y nitrito para salmueros como colorantes enrojecedores, diferentes antioxidantes, difosfatos como agentes desmenuzadores, así como también "proteínas ajenas" tales como lactalbúmina desleída, plasma sanguíneo seco, etc. en algunos productos esterilizados a altas temperaturas y envasados herméticamente. Los aditivos deben satisfacer severos requisitos en lo referente a pureza y calidad y sólo pueden agregarse en las formas y cantidades indicadas. Distintos aditivos, por ejemplo, difosfatos y proteínas ajenas, deben señalarse de modo bien legible en las envolturas o envases de los productos, de igual manera se han de indicar los artículos incluidos en trozos en ciertos embutidos -de masa hervida- como pepinos, pimientos, olivas, etc., sea en la designación total del producto, por ejemplo, embutidos al pimiento, o individualmente en la envoltura.

Los envases y envolturas empleados para carnes y productos cárnicos son tan variados en su forma, material, tamaño y propiedades, que no se pueden tratar con detalle en este contexto. No obstante, se exige como principio que las envolturas y envases tienen que ser absolutamente limpios e higiénicos y que el material no debe tener ninguna influencia negativa sobre el producto en lo relativo al olor, sabor y composición o a sus propiedades sanitarias. Al mismo tiempo se habrá de tener en cuenta que cada producto cárnico se ha de entregar en un envase o envoltura típicos de tal producto, debiendo de adaptarse también al producto

el color y las propiedades tecnológicas de la envoltura como, por ejemplo, permeabilidad, elasticidad, resistencia al color y al transporte, etc. Las imágenes, por ejemplo en latas, deben corresponder con el aspecto exterior real del artículo envasado.

Finalmente, he aquí algunas observaciones acerca de la composición cualitativa de carnes y productos cárnicos. Por regla general, el importador manifiesta sus deseos al efecto al concluir el contrato de compraventa. Sin embargo, al efectuar esto habría de tenerse siempre presente que, por ejemplo, en la República Federal de Alemania hay en el mercado mucho más de un millar de diferentes clases de embutidos que, con bastante frecuencia, tienen designaciones distintas en las numerosas regiones de la República Federal. Por cierto, lo mismo podría decirse también de la carne despiezada.

Además, numerosos productos cárnicos se fabrican con diferentes grados de calidad. basándose la valoración de la calidad, sobre todo, en el contenido de proteínas cárnicas, es decir, las proteínas musculares puras que puedan determinarse mediante análisis sin incluir las proteínas del tejido conjuntivo. Con el fin de evitar malentendidos en la importación de productos cárnicos es por lo tanto necesario aclarar previamente todas las cuestiones al respecto con expertos. A tal propósito pueden servir de ayuda las normas sobre las carnes y los productos cárnicos del Libro Alimentario de estándares alemán. En especial deberían considerarse los puntos siguientes:

- 1.- Posibilidades generales de importación de un producto (por ejemplo, en relación con las disposiciones del Decreto sobre carne picada.)
- 2.- Designación del producto (por ejemplo, prohibición de nombres de fantasía)
- 3.- Tipo de producto (embutidos de masa cocida, escaldada, cruda, etc.)
 - a) calidad y composición exigidas
 - b) aditivos y sustancias auxiliares permitidas
 - c) particularidades de su fabricación (esterilización, ahumado, etc.)
- 4.- Envoltura y envase (tamaño, diámetro, colorido, material, etc.)
- 5.- Etiquetado y rotulado en idioma alemán.

Todos los puntos enumerados son también objeto del examen de importación en las aduanas alemanas. Aparte de esto, toda remesa debe ir acompañada del certificado prescrito de comestibilidad, extendido por un veterinario oficial. Este certificado lo expide el veterinario oficial competente de la empresa exportadora. A ello se añaden otros exámenes relativos al tiempo de conservación, aditivos o tratamientos no autorizados, residuos y propiedades bacteriológicas de los productos.

Motivo frecuente de reclamaciones en las importaciones de carne fresca y semiconservas de productos cárnicos es la inobservancia de las condiciones de transporte específicas al caso. Para el transporte de productos alimenticios fácilmente perecederos, no congelados y congelados, se han prescrito las siguientes temperaturas.

- 1.- despojos frescos sin congelar. + 39° C (el transporte no debe durar más de 48 horas).

- 2.- carne sin congelar, + 7º C
- 3.- productos a base de carne, + 6º C
- 4.- despojos frescos congelados, - 12º C
- 5.- carne congelada, - 10º C
- 6.- carne sobrecongelada - 18º C

En caso de necesidad técnica (deshielo de los congeladores), las temperaturas de congelación pueden diferir de las prescritas en 3º C como máximo.

NORMAS LEGALES PARA LA IMPORTACION DE PRODUCTOS DE PESCADO (BASE JURIDICA II)

Para los pescados no existe aún una reglamentación tan detallada que regule la importación y el control de los mismos como en el caso de las carnes. Por esta razón, los pescados y los productos de pescado sólo se inspeccionan al pasar la frontera con el objeto de comprobar si cumplen las normas alimentarias de la República Federal de Alemania. El objeto primario de esta inspección es averiguar si la mercancía importada es perjudicial para la salud, si está deteriorada, imitada o presentada de forma engañosa. En el marco de esta inspección se realizan también cada vez más análisis para comprobar si existen residuos, especialmente pesticidas, metales tóxicos (mercurio, cadmio) y sustancias con efecto farmacológico.

Se consideran deteriorados, por ejemplo, los productos fabricados a base de pescado atacado de parásitos o que ya estaba muerto, así como los productos en envases abombados, los que difieren en olor, sabor, aspecto exterior o los que han sido fabricados con aceite rancio o que presentan otra alteración. También quedan excluidos de la importación los productos de pescado que hayan sido alterados por el empleo de colorantes, siempre que esto no se autorice expresamente.

Los productos tipo salmón que no hayan sido fabricados a base de salmón auténtico, o las huevas que no procedan de ciertos tipos de esturión se considerarán como imitados, si no se indica su calidad de sucedáneo; por eso, los productos a base de abadejo (Mar del Norte) deben llevar la designación adicional de "sustitutivo de salmón" y en el caso de las huevas ha de indicarse, además, el tipo de pez de que proceden.

Los pescados o los productos de pescado, de los que se sospeche que han entrado en contacto con sustancias tóxicas, que proceden de aguas contaminadas consideradas antihigiénicas o que contengan sustancias peligrosas para la salud como metales tóxicos, pesticidas, etc., quedan excluidos fundamentalmente del tráfico comercial y, en consecuencia de la importación. Recordemos en este contexto el alto contenido de mercurio aparecido recientemente, en casos aislados, en conservas de atún.

Las conservas de pescado sólo deben contener los agentes conservantes, colorantes y demás aditivos que se hayan autorizado expresamente para ello. En determinados productos de pescado como escabeches, pastas, salazones en aceite, abadejo en aceite, huevas, anchoas, etc. están permitidos los siguientes agentes conservantes:

Gerencia de Finanzas

- 1.- ácido sórbico
- 2.- ácido benzoico
- 3.- éster etílico del ácido parahidroxibenzoico
- 4.- ácido fórmico

Además para la fabricación de ciertos productos de pescado pueden emplearse el método de ahumado con maderas naturales frescas, etc. así como salitres (nitrato de potasio y de sodio.)

Para valorar la calidad de los pescados y de los productos de pescado se parte de las directrices del Libro Alimentario de standards alemán que, aunque no tienen carácter jurídico, representan normas reconocidas para la fabricación, composición, valoración y designación de estos productos.

Para el envasado de productos de pescado hay que tener en cuenta que el material de las latas debe cumplir las exigencias higiénicas mencionadas anteriormente y que los tamaños y formas de las mismas están determinados; a este respecto puede servir de guía el Decreto sobre el envasado.

Para el transporte de pescados y productos de pescado rigen condiciones de temperatura parecidas a las de la carne y productos cárnicos:

1. pescado fresco sin congelar y sin tratar (el transporte debe efectuarse en todos los casos con hielo) + 2º C.
2. pescados congelados y sobrecongelados - 18º C

Todas las semiconservas de pescado y los productos de conservación limitada deben transportarse siempre a temperaturas de refrigeración (entre 2 y 4º C).

En el envase de dichos productos debe indicarse que se trata de productos de conservación limitada.

Actualmente no existe aún una legislación específica que regule las cuestiones higiénicas relativas a la captura, desembarque, elaboración y transformación, así como el almacenaje de pescados en el país exportador, pero se están preparando unas normas al efecto.

Dada la variedad de productos de pescado (anchoas, conservas, etc.), resulta la necesidad de que cada producto individual debería examinarse, previa importación a la República Federal de Alemania, para determinar si es factible su importación, con el fin de evitar malentendidos en el despacho aduanero según las normas sanitarias existentes para los mismos.

CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES

Gerencia de Finanzas

OPORTUNIDADES COMERCIALES RECIENTES
POR PAISES

(Fuente: "Boletín de Oportunidades
Comerciales", enero - agosto 1976)

NOTA: Los números de Ref. corresponden, en cada caso, a los antecedentes en poder de la Dir. Nac. de Promoción Comercial de la S.E. de Comercio Exterior de la Nación, donde pueden ser consultados.-

CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES
Gerencia de Finanzas

ALEMANIA

- Semillas de árboles (araucaria araucana y nothofagus antártica) Mosbacher Gehoelzu. Waldsamen, Sr. A.L. Erdmann, P.O. Box 143, 6950 Mosbach/Bd. R.F.A.
Ref.: 2026/76
- Tripas ovinas para raquetas de tenis y cueros ovinos para asientos de automóviles - German-Arab Consulting GmbH, Atn.: Sr. Walton, Holzhausenstr. 19, 6000 Frankfurt/M. Telex: 04 16 315 demi. Ref: 2027/76.
- Ropa interior y exterior de punto - Terploth & Snoek Zentralverwaltung GmbH, P.O. Box 5929, 44 Munster (Westf). Ref.: 1315/cipe/76
- Conservas de vegetales de legumbres, conservas de frutas, palmitos conservados; conservas de mariscos- Skandinavien Und Sud Import GmbH, Florian Schiedt, Birketweg 5, 8000 Munich 19. Ref.: 1327/cipe/76
- Cemento, ladrillos y similares, cerámicos, tejas, ornamentos cerámicos; artículos decorativos de materias plásticas, de madera, de materias cerámicas, de vidrio, de metales preciosos, de metales comunes; artículos de cuero; artículos de vidrio- Eurokeram, Paul Malik, P.O. Box 1108, 3001 Altwarmbuchen.
Ref.: 1170/cipe/76.
- Instrumentos para escritura: estilográficas, bolígrafos, etc.; instrumentos de dibujo; plumillas para dibujo; papelería de dibujo y oficina - Robin Zabo Hauptstrasse 20, D-8500 Nuernberg. Ref.: 1111/cipe/76.
- Denim; denim índigo - Klaus - Peter Hartig. Feilitzschstr. 29, 8000 Munich 40. Ref.: 1123/cipe/76.
- Bolsos de mano para dama, en cuero ó PVC; bolsos para hombre; portamonedas portadocumentos y otros en cuero - Coressa-Werk Karl Muller, Industriestr 19, P.O. Box 80, 6922 Meckesheim Bei Heidelberg. Ref.: 1069/cipe/76.
- Hilos de algodón - Comtex Handelsges mbH, Spinnereistr 6, 4433 Steinfurt-Borghorst. Ref.: 2068/76.
- Cueros para la industria de muebles - Koinor-Polstermoebelfabrik Horst Mueller, P.O. Box 1229, 8626 Michelau/Obfr. Ref.: 2068/76.
- Calzados y artículos de cuero en general, especialmente artículos de viaje - Deia, Max Stoehr GmbH & Co. KG, P.O. Box 189, 6050, Offenbach/M.
Ref.: 2066/76.
- Cinturones y carteras de cuero- Raya Rackwitz, Herrnroether Str. 37, 6079 Sprendlingen. Ref.: 2066/76.
- Jeans, camisas y blusas para dama; prendas de vestir de piel para dama; chaquetas de piel de conejo- Ernest Hanel Wackersdorferstr 5, 846 Schwandorf.
Ref.: 1031/cipe/76.
- Hilados sintéticos- continuos y discontinuos- Fil De France Textil Vertrieb, Ludger Bellenhams, Corneliusstrasse 101, 4 Dusseldorf N/W. Cable:FRANCE.
Ref.: 1010/cipe/76.

CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES
Gerencia de Finanzas

AUSTRIA

- Pelotas de fútbol - Erich Grill, Hartlgasse 29, Viena 20. Ref.: 2071/76
- Harina de pescado - Franz Bachl S. R. L., Apostelgasse 37, Viena 1030. Ref.: 2072/76.
- Duraznos en almíbar (en mitades o en trozos); ananás en rodajas; cocktail de frutas Unión österreich Grosshandler, Turkenstrasse 15, Viena 1060. Ref.: 2073/76.
- Frutas desecadas - Dkfm. Liesbeth Hofmann, Wickenburggasse 4, A-1080 Viena. Ref.: 2074/76.
- Montantes de madera de jacarandá, 65x65x80; madera de sierra de pinos - Internationales Vermittlungs- Und Messeburo, Jedleseer Strasse 67, A-1210 Viena. Ref.: 2076/76.
- Duraznos en almíbar en mitades o en trozos - Frisch & Haupt, Kumpfgasse 7, A-1010, Viena. Ref.: 2077/76.
- Harina de carne (con especificaciones) Seworzbaum & Co., Opemring 1, 1010 Viena, Telex 7/6976 acron. Ref.: 2025/76
- Animales vivos, especialmente pájaros - Ullrich, Rennweg 65 a A-1030 Viena Ref.: 2024/76

BELGICA

- Artículos de sport - Mr. Freddy Ligot, Rue Henri Orban 16 - 4070 Aywaille. Ref.: 2103/76.
- Artículos de sport - SPRL Maison Jobe - Baiwir, Rue Saint Hubert 4- 4000 Liege. Ref.: 2103/76.
- Artículos de sport - Retex Sports SA, rue des Clarisses 68 - 4000 Liege. Ref.: 2103/76.
- Ropa de cuero - Mr. Luc Heymans, rue A. Willemijn, 82-1070 Bruselas. Ref.: 2103/76.
- Caramelos; sardinas enlatadas, caldos - Cox Import Export PVBA, Herentalsebaan 657 - 2220, Wommelgem. Ref.: 2103/76
- Piel de conejo - SPRL Alltex, Boulevard des Fusillés 8 - 9600, Renaix. Ref.: 2103/76.
- Piel de conejo - Luc Heymans, A. Willemijns 82 - 1070, Bruselas. Ref.: 2103/76.
- Encendedores electrónicos - Saimex SA, Rue Lesbroussart 78 - 1030, Bruselas. Ref.: 2103/76.
- Encendedores electrónicos - Cadolux, Beverenstreenweg 249 - 8800, Raeselare. Ref.: 2103/76.
- Carteras y artículos de viaje de cuero - Creations Christian Caller 4 Cite Griset. 75011, Paris. Ref.: 143/cable/76.
- Cueros de gamuzas para automóviles - Paris France Garage 10/12 Rue de Bellefond- 75009, Paris. Ref.: 143/cable/76
- Yerba mate - Leon Bouis, 110 Bdo. Des Dames 13002 Marseille, Telex: 44978, BUILUI. Ref.: 142/cable/76
- Menudencias vacunas para fabricar alimentos para perros y gatos; harina de hígado Cofranic S. A., 14 Rue de Bassano - 75116, Paris. Ref.: 142/cable/76.

CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES
Gerencia de Finanzas

BELGICA (Cont.)

- Láminas acrílicas - hojas fenólicas laminadas- M. A. Vink P. V. B. A., J. De Graef, Industriepark, B-3100 Heist-Op-Der-Berg, Telex 24282-MA/VINK- B.
Ref.: 1013/cipe/76.
- Válvulas de compuerta, esférica, de retención, flotador, etc.; accesorios para aparatos de soldar en acero al carbono e inoxidable; bridas de acero inoxidable - N. V. Couplexim SA, P. O. Box 16, B-1500 Halle.
Ref.: 1059/cipe/76.
- Láminas de PVC - Ets. Charles Jonckheere SA, Boulevard Pincaré 71, 1070 Bruselas. Ref.: 1058/cipe/76.
- Desperdicios de lana, hilados de algodón cardado y de alpaca - Baum SPRL. Av. R. Vander Bruggen 85, 1070 Bruselas. Cables LAINBAUM. Ref.: 1071/cipe/76.
- Máquinas y aparatos para la producción de frío; máquinas para lavar, secar, limpiar, etc., aparatos electromecánicos, electrotérmicos, aparatos de radio y televisión - Ets. H. Renquet S. A., 2-4 Rue de la Trappe 6210 Ransart.
Ref.: 1127/cipe/76.
- Ropa interior y exterior para bebé, juegos de ajedrez y artículos para regalo - Garden Imports, 4316 Hudson Ave, Unión City, N. J. 07087. Ref.: 1166/cipe/76.
- Artículo para regalo y novedades, piedras semipreciosas, muebles pequeños, joyería fina e imitación, obras de arte, productos cerámicos- Universal Imports, 7731 W. Flower Street, Miami, Florida, 33144. Ref.: 1190/cipe/76.
- Cigarros, pipas y artículos para fumadores- The Tinder Box International Ltd. P. O. Box 830, Santa Mónica CA. 90406. Ref.: 1192/cipe/76.
- Pescado- Bay Trading Co. Inc., P. O. Box 930, 50 Parker St., Gloucester, Mass 01930. Ref.: 2119/76.
- Pescado - Empress Int'l Ltd., 3000 Marcus Ave., Lake Success, N. Y. 11040.
Ref.: 2119/76.
- Pescado - Central Seaway Co., 510 N. Dearborn St., Chicago, 111. 60610.
Ref.: 2119/76
- Pescado - Aquamar Brokerage Co., 753 S. Atlantic Blvd., Monterrey- Park California 91754. Ref.: 2119/76
- Pescado- Washington Fish And Oyster Co., Pier 54, Seattle, Washington 98104.
Ref.: 2119/76.
- Pescado- The Gorton Corp., 327 Main St., Gloucester, Mass. 01930. Ref.: 2119/76.
- Artículos para deporte- Precise Imports Corp., 3 Chesnut St., Suffern, New York 10901. Ref.: 2120/76.
- Artículos para deporte - F. J. Strauss Co. Inc., 1107 Broadway-Suite 405, New York, N. Y. 10010. Ref.: 2120/76.
- Artículos para deporte - The Black Fox Saddlery, 413 S. Washington St., Alexandria, Va. 22314. Ref.: 2120/76.
- Artículos para deporte - Soccer Export Supply Co., 1745 First Ave., New York, N. Y. 10028. Ref.: 2120/76.
- Artículos para deporte- General Sports Graft Co. 140 Wadbbine St., Bergenfield, N. J. 07621. Ref.: 2120/76.

CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES
Gerencia de Finanzas

BELGICA (Cont.)

- Plásticos - Scala Plastics PVBA, Wetterstraat 124, 9200 Wetteren.
Ref.: 2234/76.
- Jugos cítricos concentrados; aceites esenciales - CCE Materne S. A., rue du Progres 22, 5100 Jambes. Ref.: 2234/76
- Complejos minerales para alimentación del ganado- AAN En Verkoopvennootschap Van De Belgische Boerenbond, Eug. Meeustraat 6, 2060 Merksem.
Ref.: 2234/76
- Regeneración de caucho- B.M.S., Pelikaanstraat 62; 2000 Antwerpen.
Ref.: 2234/76.
- Artículos regionales - Artex International, Brusselstraat 51; 2000 Antwerpen.
Ref.: 2234/76
- Conservas de frutas, legumbres y pescados - Sr. A. Bogers, De Pleyte 13, 2180 Heide-Kalmthout. Ref.: 2234/76.

DINAMARCA

- Miel - Cardia A/S, 5100 Odense. Ref.: 2097/76.

ESPAÑA

- Aceites - Francisco Pablo Pérez, Gales 42, Sevilla (2) Ref.: 2099/76
- Peces y aves exóticas y animales para colecciones zoológicas - Acuarama San José, Sagrera 177, Barcelona. Ref.: 2099/76
- Alpiste - Iberagro S. A., Antonio Maura 18, Madrid. Ref.: 2099/76.
- Grifería hidrosanitaria -Roca, Av. Generalísimo Franco 513, Barcelona 15.
Ref.: 2063/76.
- Caseinato sódico alimenticio -Becamo S. A., Conde de Xiquema, 4, Madrid 4.
Ref.: 2063/76.
- Albúmina de sangre, gelatina técnica industrial y ácido tánico -Ibercomercio S. L., Sor María de Agreda 30, Madrid 17. Ref.: 2063/76.
- Cuajo para fabricación de queso - Epa S. A., Mallorca 419, Barcelona 13.
Ref.: 2063/76.
- Desean contactarse con empresas siderúrgicas - La Metalúrgica S. A., García Barón 70, Vigo. Ref.: 2063/76.

CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES

Gerencia de Finanzas

FRANCIA

- Jugos de frutas (de uva, manzana, peras y ananás)- Plastimex, 28 Rue des Petites Ecuries, 75010, Paris. Ref.: 125/cable/76
- Leche en polvo y manteca- Scerma Export, 14 rue antoine Chantin, 75 Paris 14. Ref 125/cable/76
- Ropa interior- T- Shirts, Pantalones Vaqueros- Eureco, 40 Rue du FBG Montmartre 75009, Paris. Ref.: 125/cable/76
- Material para vitivinicultura - "Vitar S. A. " 109 Rue de Strasbourg 68300 Saint Louis La Chaussee. Ref.: 125/cable/76.
- Denim indigo (tela para jeans)- Mac Keen. 250 Ch. de Sainete Märthe, 13014, Mar seille. Ref.: 109/cable/76
- Cerveza- Pub St. Germain de Pres, 17 Rue de L'Ancienne Comedie 75006, Paris Ref : 109/cable/76
- Corned beef - Ste. Jean Piero Et Cie., 108 Rue Reamur 75002, Paris. Ref.: 109/cipe/76

- Aparatos electromecánicos de uso doméstico - Sovemarco-Europe, 6 Place de la Porte Champerret, 75017, Paris. Ref.: 145/cable/Z6
- Vestidos, vaqueros, camisas, etc. (para imprimir)- Les Impressions M-G, Centre Nationale Du Textile, 3 Rue de L'Arrivee (Bareau 1017) 75749, Paris Cedex 15. Telex 200139 F. Ref.: 145/cable /76
- Legumbres y frutas en general, frescas - Ste. Amoprin, 10 Anav. de Montpellier Bat C2 - 94 Rungis. Telex 250303. Ref.: 145/cable/76.
- Cueros y pieles para tapizar y decoración - Promat-Usines Les Graviers, Plainfaing; 88230 Fraize. Ref.: 145/cable/76
- Artículos de marroquinería- Gauthier et Veelckel, 34 Rue Sorbier 75020, Paris. Ref.: 145/cable/76

- Cera de abeja- Madagascar Sidic International, 44 Rue Francois 1er., Paris 8, Telex 650129. Ref.: 150/cable/76.
- Valijas y bolsos de cuero - Ets. Paul Peguin, Rue Des Glorieuses 42029 Saint.Etienne. Ref.: 150/cable/76.
- Artículos para supermercados; telas, confecciones, bonetería; artículos de punto; calzados; botas, zapatillas, etc.; ropa de cama y de mesa; alfombras, mobiliario; marroquinería; trabajos artesanales; material de camping; juguetes; utensilios de cocina; cuchillería, vajilla - GAGMI (Groupement D'Achats Des Grands Magasins Independants), 89 Rue D'Amsterdam, 75008 Paris, Telex Gagmi 29948 F. Ref.: 150/cable/76.
- Cueros para mobiliario y decoración - Sucab, B. P. Nro. 70 Marseille- Saint Barthelemy. Ref.: 150/cable/76.
- Polvo de sangre animal (Glóbulos rojos desecados) para filtraje de vinos- Maní para confitería - Ets. Arles, 51 Rue Sainte, 13001 Marseille, Telex 420579 Rinma. Ref.: 150/cable/76
- Carne vacuna, ovina y porcina- Societe Gedepec S. A., Mr. Sidibe Osmane, 11 Passage Saillaufait, 94000 Greteil. Ref.: 150/cable/76.

CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES
Gerencia de Finanzas

FRANCIA (cont.)

- Carne vacuna congelada de primera calidad - Monsieur Bernard Jaupitre, Ste. Raus-
sac, 230, Bd. Voltaire, Paris. Ref.: 133/cable/76.
- Corned beef - Francexpa, 3 Rue Moncey, Paris 9, Telex 290-448F. Ref. 133/cable/76
- Herramientas de corte e instrumentos de medicina - Kosmos Outillages 21 Ter, Bd.
de Stalingrad, 92240 Malakoff. Ref.: 133/cable/76.
- Imanes permanentes tipo "ticonal" - Spetelec, Europa 111, 94532 Rungis. Telex:
Spetelec 250801F. Ref.: 127/cable/76
- Carne ovina (carcasas) - Comptoir Des Pyrites, 23 Bd., de Malesherbes 75008, Telex
28007 PYRIT, Paris. Ref.: 138/cable/76.
- Confecciones para bebés y niños - TH. Hameln, 8 Rue Creffuhle, 75008, Paris.
Ref.: 138/cable/76.
- Artículos de deportes (especialmente pelotas de foot-ball y rugby) - Gerard Parent,
40 Rue Cardinal Lemoine, 75005, Paris. Ref.: 138/cable/76.
- Pescado y mariscos congelados - Surgeles Piedfort, 4 Premier Rue, Zone Industrie-
lle, 13741 Vitrolles, Telex 41 06 05 MARGAN. Ref.: 140/cable/76.
- Artículos de marroquinería, talabartería y para equitación - Le Relais Equestre,
16 Bd Henri IV 63600 Ambert. Ref.: 140/cable/76

GRECIA

- Cueros- Cueros artificiales - John M. Germanos, 14 Kalymnou Street, Atenas 813,
Telex 21 4237. Ref. 1281/cipe/76.

HOLANDA

- Hilo de punto, de algodón - Maertens Tricotage en Confectie Fabriek B.V., De Ruy-
ter Straat 53-57, P.O. Box 78, Nijmegen. Ref.: 1270/cipe/76.
- Piezas de repuesto para motocicletas - Motor Import A. J. Huige B.V., Oranjebooms-
traat 116/120, Rotterdam 3020. Ref.: 1061/cipe/76.

ITALIA

- Artículos típicos de artesanía - Marber Corso Garibaldi 73 - Milan - Ref.: 1932/76
- Tejidos e hilados de algodón - Show Room Lusena - di Pier Luigi Lusena Via S. Spirito,
11. Florencia. Ref.: 1932/76
- Semillas de soya; de cacahuete o mani; de lino; de algodón, de girasol; de tabaco;
huesos secos de animales - Renato Chiappa, Protein Brokers Import-Export, Via San
Vittore al Teatro 14, 20100 Milano. Telex 34388 para Chiappa.
Ref.: 979/cipe/76
- Hilados de algodón para tejidos de punto; fibra acrílica - Cottonificio Maglificio
Jelmini, 21057 Olgiate Olona, Varese, Telex: 36580. Ref.: 977/cipe/76
- Tubos de acero para acueductos - Ingegniero Bonatti S.p.A. Ing. Ghirelli, Cavalli
di Collecchio, Parma. Ref.: 976/cipe/76.
- Hilados de algodón - Maglificio Mondelli, Via Tevere, Fino Mornasco (Como)
Ref.: 974/cipe/76.

CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES
Gerencia de Finanzas

JAPON

- Pielés de varias clases - Tokyo Apparel Co. Ltd., Mr. Ogasawara, Kurakake Kaikan Bldg., 1-2-6, Nihombashi Bakuro-cho, Chuo-ku. Tokyo. Ref.: 2161/76
- Cueros para calzado - Taihei Shoji & Co. Ltd., Mr. Higuchi, Higashi Komagata, 1-12-7, Sumida-ku, Tokyo. Ref.: 2161/76
- Sal- Mitsubishi Corp., Sección Sal, Mitsubishi Shoji Bldg. 6-3, Marunouchi 2-chome, Chiyoda-ku, Tokyo. Ref.: 2237/76
- Sal- Mitsui & Co., Ltd., Tkcis Sección, 2-9 Nishi Shimbashi 1-chome, Minato-ku, Tokyo. Ref.: 2237/76
- Frutas enlatadas o en frascos - Daiei Trading Co., Ltd., Food Dept. Manager Mr. T. Morimoto, Shonan Bldg., 14-10, Ginza 1-chome, Chuo-ku Tokyo. Ref. 2161/76
- Frutas enlatadas o en frascos- Tokyo Maruichi Shoji Co. Ltd., 16-9 Uchikanda 2-chome, Chiyoda-ku, Tokyo. Ref.: 2161/76
- Frutas enlatadas o en frascos- Kasho Co. Ltd., 2-14-9 Nihombashi, Chuo-ku, Tokyo. Ref.: 2161/76
- Frutas deshidratadas - Shoei Food Industrial Co. Ltd., Foodstuffs Dept, 5-7 Akihabara, Taito-ku, Tokyo. Ref.: 2161/76.
- Frutas deshidratadas - Choei Trading Co. Ltd., Trade Section , Fukusei Bldg., 6-19 Yaesu 1-chome, Chuo-ku, Tokyo. Ref.: 2161/76
- Frutas deshidratadas - Yuasa Trading Co. Ltd., Provisión Section, 25 Kowa Bldg., 8-7 Sanban-cho, Chiyoda-ku, Tokio. Ref.: 2161/76
- Frutas deshidratadas- Taiyo Fishery Co. Ltd., International Relation Dept., 5-1 Marunouchi 1-chome, Chiyoda-ku, Tokyo. Ref.: 2161/76
- Frutas deshidratadas - Japan Dried Fruits Importers Association , Provision Division, Dept. 1, Kasho Bldg. 14-9 Edobashi 2-chome, Nihombashi, Chuo-ku, Tokyo. Ref.: 2161/76.
- Pescados congelados y productos marinos enlatados - Matsuoka Suisan Co. Ltd., Manager Mr. I. Suenaga 12-7, Tsukiji 1-chome, Chuo-ku, Tokyo. Ref.: 2161/76
- Pescados congelados y productos marinos enlatados - Shibamoto & Co., Ltd., Marine Product Section, 1-12 Minato 1-chome, Chuo-ku, Tokyo. Ref.: 2161/76
- Pescados congelados y productos marinos enlatados - Alaska Boeki Co. Ltd., Mr. Sukemasa, Shin Kokusi Bldg., 3-4-1, Marunouchi, Chiyoda-ku Tokyo. Ref.: 2161/76
- Vinos embotellados- Vivre Corporation Ltd., Managing Director Mr. A. Yamada, Kyubankan Bldg., No 9-3 Rokuban-cho, Chiyoda-ku, Tokyo. Ref.: 2161/76
- Pielés de varias clases - Kondo Far East Ltd., Mr. Nonogaki, Rm 429 431, Iino-Bldg., 1-1, Uchisaiwai-cho 2-chome, Chiyoda-ku, Tokyo. Ref.: 2161/76
- Pielés de varias clases- Asahi Bussan Co. Ltd., Mr. Shimada, Gamoo 3885, Koshigaya-shi, Prov. de Saitama. Ref.: 2161/76
- Sobrecamas, cobertores- Matsushita Industrial Co. Ltd., 17-23 Shimomeguro - 6 Meguro-ku, Tokio. Ref.: 1025/cipe/76.

CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES

Gerencia de Finanzas

JAPON (cont.)

- Chaquetas, americanas de cuero; guantes para golf; calzado para golf; calzado - Jastlar Inc., 119-4 Utsubo-Honmachi (Okuuchi-Awaza-Ekimaie Bldg) Nishiku, Osaka 550. Ref.: 1163/cipe/76.
- Bordados industriales - Daimaru Department Store, Manager Mr. Nakano, Bedroom's articles section, 9-1 Marunouchi 1-chome, Chiyoda-ku, Tokyo. Ref.: 2114/76
- Bordados industriales - Takashimaya Department Store, Manager Mr. Sasaki, Importing section, 4-1 Nihombashi 2-chome, Chuo-ku, Tokyo, Telex: J24810. Ref.: 2114/76.
- Bordados industriales - Nishikawa Co. Ltd., Mr. Fukazawa, 5-3 Nihombashi 1-chome, Chuo-ku, Tokyo. Ref. 2114/76
- Bordados industriales - Mitsukoshi Department Store - Mr. Sugawara, Furniture and electrics buying section, 7-4 Nihombashi Muro-machi 1-chome, Chuo-ku, Tokyo. Telex: 222-4366 Mkosi J. Ref.: 2114/76
- Guantes industriales - Konao Far East Ltd.; Iino Bldg. 1-1-Uchisaiwaicho 2-chome; Chiyoda-ku, Tokyo. Ref.: 2114/76.
- Equipo electro-médico - Fu-Undo Co. Ltd.; 2, Kanda Ogawa-machi 1-chome; Chiyoda-ku, Tokyo. Ref.: 2114/76.
- Equipo electro-médico - Japan Medical Instruments Co. Ltd., 31-1 Hongo 3-chome, Bunkyo-ku, Tokyo. Ref.: 2114/76.
- Equipo electro-médico - Riko Trading Co. Ltd., Mr. Tsutsui, Import Section 34-6 Nishigoken-cho, Shinjuku-ku, Tokyo. Ref.: 2114/76.
- Pintura (arte) - Nichido Gallery, 7-4-12, Ginza, Chuo-ku, Tokyo. Ref.: 2114/76
- Pintura (arte) - Mitsukoshi Co. Ltd., (Department Store), Art Section, 7-4 Nihombashi Muro-machi 1-chome, Chuo-ku, Tokyo. Ref.: 2114/76.
- Alfombras de cuero con pelo, abrigos y chales de piel - Daiichi Bussan Co., Ltd., 1-17-7 Ryogoku, Sumida-ku, Tokyo. Telex: 262-3257 J. Ref.: 2114/76-
- Jugos de manzana - Kasho Co. Ltd., 2-14-9 Nihombashi, Chuo-ku, Tokyo. Telex: J222-2393 J. Ref.: 2110/76
- Jugos de manzana - Ichibo Co Ltd., Ginyu Bldg., 9F, 1-13-12 Ginza Chuo-ku, Tokyo. Telex: 252367/J. Ref.: 2110/76.
- Jugos de manzana - Daiei Trading Co. Ltd., Shonan Bldg., 14-10, Ginza 1-chome, Chuo-ku, Tokyo, Telex: J28764. Ref.: 2110/76
- Llantas - Far East Mercantile Co. Ltd., General Merchandise Dept. No 2 New Otemachi Bldg., 2-1, Ote-machi 2-chome, Chiyoda-ku, Tokyo. Telex: J22490. Ref.: 2110/76
- Plantas vivas y arbustos - Shibamichi K. Co. Ltd., 948 Akayama, Kawaguchi-shi, Saitama Pref. Ref.: 2110/76
- Vacunas microbianas - Kyoritsu Shoji Co. Ltd., 1-5-10, Kudan Minami, Chiyoda-ku, Tokyo. Telex 232-4094 Kyorit. Ref.: 2110/76
- Cebada malteada - Okura Trading Co. Ltd., Toshida Bldg., 1-6-11, Ginza, Chuo-ku, Tokyo. Telex: J22306. Ref.: 2110/76.
- Leche descremada en polvo para forrajes - Tokyo Menka Kaisha Ltda., Agriculture and Marine Products Dept., Sección TKRGB 1-1 Uchisaiwaicho 2 chome, Chiyoda-ku, Tokyo. Telex: J22421. Ref.: 2110/76
- Leche descremada en polvo para forrajes - Mitsubishi Corp., Process Food Dept. No 2, Dairy Products Section FDA, Mitsubishi Shoji Bldg. 6-3 Marunouchi 2-chome, Chiyoda-ku, Tokyo. Telex: J22222. Ref.: 2110/76
- Leche y suero en polvo para forrajes - The National Federation Of Dairy Co-Operative Association, Norin Chuo Kinko Bldg., 9-2 Yurakucho 1-chome, Chiyoda-ku Tokyo. Telex: J22809- Ref.: 2110/76.

CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES

Gerencia de Finanzas

JAPON (cont.)

- Alfalfa y trébol blanco- Mitsui Argentina S. A. C. I. F., Florida 878, 1er. piso, Buenos Aires. Ref: 2020/76
- Alfalfa y trébol blanco- Kanematsu Goshu Argentina SRL., Rivadavia 926, 8º piso Buenos Aires- Ref.: 2020/76
- Suero en polvo y leche en polvo- Nomura Trading Co., Ltd. Food Stuff Section Yae 4-3 chuo-ku, Tokio. Ref.: 1931/76
- Suero en polvo- Leche condensada- Unicoop Japan- Feed and Grain Dept 2 Section Nokyō Bldg. 8-3, Otemachi, Chiyoda-ku, Tokio
- Manteca- Snow Brand Milk Products Co., Ltd. Internacional Dept. Import Section Honshio-cho, Shinjuku-ku, Tokio. Ref.: 1931/76
- Cerda y pelo vacuno, porcino y yeguarizo - Fujikura Trading Co. Ltda., Toomom-cho 28, Tennoji-ku, Osaka. Ref.: 141/cable/76
- Pelo vacuno de oreja elaborado - Kamei Shoji Co. Ltd., Telex 5277118 Kamei J. Ref.: 146/cable/76.

PORTUGAL

- Azúcares; maíz; mijo; arroz con cáscara; soya; girasol; carnes; aceites comestibles; cobre; zinc; estaño; plomo; moldes plásticos; bronce industriales; calzado; vinos; tejidos plastificados; máquinas- herramientas; conservas de carne; conservas de pescado; conservas de mariscos; conservas de legumbres y hortalizas; conservas de frutas; prendas de vestir de cuero; ropa interior de punto; ropa exterior de punto no elástico; - Retsna Representacoes Tecno-Comerciais Ltda-. Travessa de Fote de Agua 6-7º. Dto., P.O. Box 5101, Lisboa 5. Ref.: 1033/cipe/76.
- Ananás en lata- F.C.B. Ventura Representacoes Nacionais e Exrangeiras, Rua Virginia Vitorino 12, 1º Dto., Lisboa. Ref.: 978/cipe/76.

REINO UNIDO

- Carteras; bolsos; ropas de plástico imitación cuero - Mansam Products Mansam Buildings, 49-51 Broughton Lane, Manchester 7. Ref.: 2033/76.
- Corned beef- Peabody Foods Limited, Astronaut House, Hounslow Road, Feltham, Middlesex, TW14 9AN, Telex London 934438. Ref.: 2091/76.
- Ropa de cuero y accesorios - A. C. K. Import & Export Limited, 404 Hale End Road, London E4 9PB, Telex 896691. Ref.: 2091/76.
- Cueros de vaca con pelo- City Of London Hide And Skin Company Limited Willand, Cullompton, Devon, EX15 2QE. Ref.: 2091/76
- Miel - Satellites, Heidi's Way Dodwell Lane, Bursledon, Southampton. Ref.: 2091/76
- Queso-parmigiano- Trust Meat Company Limited, 394 Camden Road, London N7 6HY. Ref.: 2091/76
- Ropa de alta costura y de sport- French Connection Limited, Moray House, 23-31 Great Titchfield, London W1P, 7FE. Ref.: 2091/76.

CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES
Gerencia de Finanzas

REINO UNIDO (Cont.)

- Artículos de regalo; cinturones de cuero para hombres; corbatas de cuero, de piel y tejidos de punto- Flemming Munroe & Company, 19/21 Wilson Street, Londres EC 2 M 2Ta. Ref.: 1352/cipe/76
- Cueros para la fabricación de ropa- David Conrad Limited, Daisy Works, Stockport Road, Manchester M3 3Wj. Ref.: 2140/76
- Guantes industriales - Ensteel Limited, (Mr. B. R. Easton), 87/89 Elmers End Road, Beckenham, Kent BR3 4TH. Ref.: 2140/76
- Espuma flexible de poliuretano -BG. Export Trading Co., Westmere House, No 6 Westmere Dv., London NW7 3HE. Ref.: 2140/76
- Ropa de cuero - Batya (Mr. Sharman), 79 Golden Green Road, London N.W. 11. Ref.: 2140/76
- Telas de lana y de estambre- Andrews & May Limited, Golden House, 29 Great Pulteney St. London W. 1. Ref.: 2140/76
- Algodón con poliéster, seda, rayón de lana, denim.- Martin Laurence Agencies 21 Highview Gardens, Edgware, Middlesex HA8 9UB. Ref.: 2140/76
- Vidrios planos para la arquitectura- Doulton Glass Industries Limited, 46 Pall Mall, London SW1Y 5LW. Ref.: 2140/76
- Alimentos a base de cereales; especias, yute, alfombras, novedades y artículos decorativos, pescados, camarones y langostas - Melaycarla Limited, 28 Homesdale Road, Bromley- Kent. Ref.: 2140/76
- Carton de fibra prensa (hardboard); cartón para aislar, madera contrachapeada, madera aglomerada, madera en bloque y laminado plástico- Scanland Agencies Limited, 163 Derby Road, Bootle, Merseyside, L20 8LE. Ref.: 2140/76
- Redes para pescar- Trans Technical Agency Ltd., Rowney Green, Alvechurch, Worcestershire B48 7QE. Ref.: 2140/76
- Encendedores de gas; artículos de fantasía y/o regalo; artículos para la cocina en acero, en aluminio, en plástico, en madera- Montague R. Jason Ltd. & L. S. Mayer Ltd., Ockway House, 4 Stamford Hill, London N-16. Ref.: 1256/cipe/76
- Partes y accesorios para motores de vehículos - Norman Gaydon International Limited, Gaydon House, 68 London Road, Southend-On-Sea SS1 1PG. Ref.: 1293/cipe/76.
- Papel, cartón de embalaje; otros materiales de embalaje- Arthur Woollacott Limited, 8- 16 Great New Street, Londres EC 4. Ref.: 1185/cipe/76
- Juguetes; artículos para niños; dulces y confites; juguetes pequeños novedosos de plástico u otro material - Art And Visual Aids Ltd., Kings Ave. House, New Malden, Surrey KT3 4 DY. Ref.: 1155/cipe/76
- Cebada para alimentación de animales, especies; maíz, arroz- Northern Trading Co., 89 Albert Road, Colne Lancs, BB8 0BS. Ref.: 1208/cipe/76.

CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES

Gerencia de Finanzas

REINO UNIDO (cont.)

- Aceites esenciales - T.M. Duche & Sons (U.K.) Ltd., Mr. B.J. Sampson, 50 Mark Lane, London EC3R 7QH., Telex: 883002. Ref.: 2104/76
- Alimentos - Dawn Company, 616B Finchley Road, London NW11. Ref.: 2104/76
- Calzado - R.V. Appleton, 49/51 Carnaby Street, London W.1, Ref.: 2104/76
- Artículos de cuero - Mr. W.V. Alexander, 142, Shanklin Drive, Leicester LE2 2QD. Ref.: 2104/76
- Cueros curtidos para calzado - British Shoes Corporation (Mr. A.W. Ilett) 369, Wellingborough Road, Northampton, Telex: 311211. Ref.: 2104/76
- Guantes industriales para protección - Altona Leathers Limited, East Grove, Rushden, Northants NN10 0AR. Ref.: 2104/76
- Lentejas enteras y partidas, arvejas y porotos - Jacey (Overseas) Limited (Mr. M.R. Popat), Grange Warehouse, Sandridge Close, Harrow, Middlesex, HA1 1XD, Telex: 923293 (Tilda London). Ref.: 2104/76
- Mani- Gillan-Dussus Lanbauer Limited (Mr. Mallinson), 67 Borough High Street, London SE1. Ref.: 2104/76
- Vinos de mesa; bebidas alcohólicas, licores, alimentos en general envasados, incluyendo alimentos secos - Common Market Centre (Comptoir Du Marche Commun) Promotors Euro Trading Centre, London Distributors (Mr. J.A. Mauroux), 31 Thurleigh Court, Nightingale Lane, London SW12. Ref.: 2104/76.
- Productos químicos orgánicos intermedios, productos petroquímicos, productos químicos inorgánicos y farmacéuticos - Norchem R.N. Colling Limited, Red. Cow Yard, Knutsford, Cheshire WA16 6DE, Telex: 669629. Ref.: 2104/76
- Nueces con cáscara y descascararas - T.M. Duche (UK) Limited, 50 Mark Lane, London EC 3, Telex 883002. Ref.: 123/cable/76
- Nueces con cáscara - Comisionista J.O. Sims Limited, Commercial Saleroom Borough Market, London SE1, Telex 885386. Ref.: 123/cable/76

SUECIA

- Cepillos y pinceles industriales - Industriborstar, Box 7098, 580 07, Linköping 7. Ref.: 2097/76.
- Armas de fuego - Aim Point AB, Borrgatan 31-D, 211 24 Malmö. Ref.: 2097/76
- Alfombras de cuero - A8 Skinwille, Box 52, 521 01 Falköping. Ref.: 2097/76.

CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES
Gerencia de Finanzas

SUIZA

- Blusas para mujer; camisas para hombre; jean para hombre y mujer; vestidos para mujer; cortinas de poliester transparentes; mantas de lana; mantas de mezcla y lana; mantas acrílicas; cobijas estampadas; tejidos de lana - Comaisa (Panamá) Inc., Mrs. M.H. Hirt, 2 Rue Franklin, Ginebra, Telex: 23857, Coma. Ref.: 1048/cipe/76
- Pescado congelado; crustáceos; mariscos y moluscos congelados; camarones congelados; atún congelado; pez espada congelado;iburón de la especie azul congelado;- Comaisa (Panamá) Inc., 2 Rue Franklin, Ginebra, Telex: 23857 Coma. Cable: AGRICOMAlSA . Ref.: 1045/cipe/76.