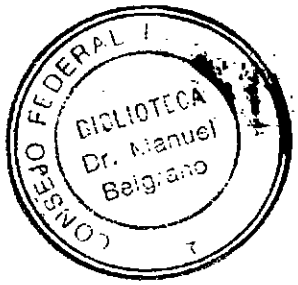
35898



COMERCIO EXTERIOR

Introducción: "Federalismo y Relaciones Económicas Internacionales"

I - Elementos de una Estrategia de Promoción de las Exportaciones.

II- Zonas Francas - Exportación por origen Territorial.

- Anexos.

José Pujol - Dávila

0.1Y364
A29
X
0322
0331
0332

COMERCIO EXTERIOR

ORGANIZACION DEL FOMENTO DE LAS EXPORTACIONES

-Introducción: "Federalismo y Relaciones Económicas Internacionales".-

I - Elementos de una Estrategia de Promoción de las Exportaciones

II - Zonas Francas - Exportación por origen territorial

III- ANEXOS a)- Promoción de Exportaciones: Ley Nac.23.101

b)- Instrumentos de Promoción y Ventas.

c)- Decreto Nacional nº 1868/91 ZONAS FRANCAS

d)- Estadísticas: 1-Internacional

2-Nacional

BIBLIOGRAFIA

- Cámara Argentina de Exportadores. Boletines.
- Consejo Argentino para las Relaciones Internacionales.CARI) "El Comercio Exterior Argentino en la década del 1990" Edic."Manantial" 1991. BsAs.-
- "California Abastecedor Mundial" Gob.Estado de California.
- Ferrand Gustavo: "Las Zonas Francas". en "Zonas Francas Americanas" Rev.n-1 BsAs.-
- "FORUM del Comercio Internacional".EE.UU. USIS.
- George Pierre.-" Geografía Activa" Ed.Labor BsAs.-
- Helbling Karl.-"Made in Brazil" Informe de EE.UU.-
- Ley Nacional 23.101 Promoción Exportadora.-
- Muñoz Patricio.- "Zona Franca de Iquique". en "Zonas Francas Americanas" Rev.nl BsAs.-
- Lacoste Yves.-"Geografía Activa". Ed.Labor BsAs.-
- Poder Ejecutivo Nacional.-"Decreto 1868/91 "Zona Franca en La Plata".-
- Shareff Zeer.- Ministro de Comercio de Israel.Comentario.
- Ullmann R.R.-"Estructuras Empresarias para el Comercio Internacional" Ed. Depalma. BsAs.
- CFI:"Integración Latinoamericana" BsAs 1991

+

FEDERALISMO Y RELACIONES INTERNACIONALES

--- ECONOMICAS ---

- El retorno al histórico sistema electoral que prescribe la Constitución Nacional ha originado - o incentivado si se quiere - un creciente y constante proceso de toma de con - ciencia del federalismo nacional y consecuentemente una rei vindicación de las autonomías locales y sus derechos y res- ponsabilidades.

- La vigencia de la desregulación y descentralización econó mica acompañó este proceso configurándose escenarios regio- nales conformados por un espontáneo voluntarismo de las pro vincias mediante la firma de tratados, convenios, declara - ciones, creación de Consejos Federales e incluso un nuevo Pacto Federal, o por la organización de sus actores privados.

-En un excelente trabajo (1) se destaca que el fenómeno polí tico extendido en todo el ámbito del país, coincide con las tendencias mundiales de integración multinacional en grandes espacios económicos, en los que los sujetos nacionales debie ron armonizar sus estructuras políticas, socio-económicas y jurídicas, sin menoscabo alguno de sus principios, valores y raices de una antropología social y cultural (ej. Japón).-

En lo que se refiere a la influencia que el fenómeno señalado se cita que "la naturaleza de los cambios que producen las nuevas tecnologías, la compresión de la crisis ambiental, la interdependencia productiva y comercial entre los actores em presarios, las peculiaridades socio-culturales que sustentan los diferentes grupos humanos, así como sus características laborales y la distribución de los recursos naturales, están determinando la crisis del modelo vigente del Estado Nacional - **federal en lo político y unitario en lo económico - conside** rado hasta el presente como un singular espacio para la admi-

(1) GUIDI, Graciela.-"Las Tendencias Actuales del Federalis y la Integración".En "Integración Latinoamericana". pgs.75 y sgs. 1991

nistración y gobierno de todos los problemas que afectan a sus pueblos.

-Esta crisis - de "identidad" en cierto modo - se manifiesta a través de modificaciones de hecho y de derecho en las funciones y poderes nacionales y provinciales de modo tal que, parte de estas funciones y poderes se extienden y ejercen en contextos internacionales o supranacionales, y otras se adjudican a entidades infraestatales como los estados federales, provincias, municipios, regiones, etc.-

-Prueba cabal de ello - y que demuestra lo sensitivo de este cambio - consiste en la decisión del Ministerio de Relaciones Exteriores de la Nación que, en fecha reciente, resolvió enviar a provincias delegaciones de embajadores y asesores con la función de explicarles el rol dela representatividad exterior y las cooperaciones que las provincias eventualmente pudieran requerir.

-

-El trabajo que comentamos identifica dos tendencias: "la regionalización hacia adentro y la integración supranacional hacia afuera". Además señala el principio de "Pensar globalmente y actuar localmente" enunciado en el Congreso de Toronto.- Coincidentemente y en otro nivel y tra época OSWALD SPENGLER expresó: "..la Política es, por último, la forma en que se cumple la Historia de una Nación, dentro de la pluralidad de Naciones. El gran arte consiste en mantener la Nación interiormente en forma, de modo tal que pueda afrontar los acontecimientos exteriores. Esto es válido, no sólo para los pueblos, los Estados y las clases sociales sino para toda unidad orgánica....Debemos tener en cuenta la relación natural entre Política Interior y Política Exterior, la primera de la cual existe exclusivamente para la segunda y nó al revés..".-

-A este respecto - y nó como materia opinable, sino como una contribución documental de carácter adadémico-jurídico - se trans - criben pronunciamientos legales nacionales y extranjeros en mate

---

(1)"La Decadencia de Occidente" Espasa-Calpe. Madrid 1924

ria de distribución de competencias económicas y de negociaciones internacionales entre el Estado Nacional y los Estados Provincias, con el propósito de establecer hasta que punto existen confrontaciones legales que deben respetarse o modificarse para adecuarse a la realidad.

-A los efectos de ubicarnos en "el ojo de la tormenta" hiperjurídica de poderes implícitos y/o explícitos y sus varias interpretaciones nos referiremos a sólo tres temas que hacen al fondo de la cuestión:

1.-La regla fundamental de distribución de competencias de nuestra Constitución, proporcionada por el art.104 dela misma en cuanto taxativamente expresa:

"Las Provincias conservan todo el poder no delegado por esta Constitución al Gobierno Federal y el que expresamente se hayan reservado por pactos especiales al tiempo de su incorporación".-

2.-La interpretación del académico Bidart Campos (1) propuesta de la siguiente manera y a ser incorporada a una eventual reforma de la Constitución:

"Conviene una referencia constitucional expresa en orden a las competencias provinciales. Sin abdicar de las que actualmente pertenecen al Gobierno Federal en materia de relaciones internacionales y, por ende de tratados (treaty making power) entendemos que hace falta una fórmula breve que, manteniendo tales facultades privativas del Poder Ejecutivo y del Congreso, reconozca a las Provincias la competencia de celebrar tratados no políticos (a similitud de los ahora previstos en el art.107) con estados extranjeros o sujetos de derecho internacional,con aprobación del Congreso, siempre que la materia objeto del tratado sea de competencia provincial, que el tratado no se oponga a otros en que sea parte el Estado Federal y que no contraríe la política exterior del Gobierno Federal. Asimismo, el recono-

---

(1)BIDART-CAMPOS Germán.-"Segundo Dictamen del Consejo para la Consolidadión de la Democracia, sobre Reforma Constitucional" pag.213 EUDEBA 1987.-

cimiento debe extenderse a otros tipos de gestiones internacionales que no se formalicen como tratados (por.ej.contratación de bienes y servicios) ya la celebración de convenios internacionales que tampoco lo sean".-

3.-Recepción en nuevas constitucionesprovinciales de la propuesta.

La precedente propuesta de reforma de la Constitución Nacional fundada en un federalismo participativo y articulado, ha tenido recepción en las cláusulas de las nuevas constituciones provinciales.- Así pues:

I.-CONSTITUCION DELA PROVINCIA DE CATAMARCA -1988.-

Art.1º (Tercer párrafo): "El pueblo de la Provincia tiene asegurada (...) la integración protagónica a la región y a la Nación y el poder decisorio pleno sobre el aprovechamiento de sus recursos y riquezas naturales".-

Art.6º En el marco del sistema federal, la Provincia de Catamarca promueve:

1) Un federalismo de integración y concertación, que facilite el desarrollo armónico de las Provincias y la Nación.

2) Una equitativa y eficiente distribución de competencias entre los estados provinciales y el federal, para afirmar el poder de decisión nacional en las facultades que le han sido delegadas.

3) La descentralización geográfica y administrativa de las Empresas del estado Federal, su asentamiento en las Provincias donde realizan su principal actividad y la participación de éstas en la dirección y explotación de aquéllas.

4)La federalización del sistema financiero, a fin de asegurar la inversión productiva local del ahorro provincial.

5) La concertación de regímenes de coparticipación impositiva.

6) La compatibilización de las acciones que, en los ámbitos económicos, social y cultural, realicen entes públicos nacionales con los de igual carácter que cumplen los organismos de los estados provinciales.

7) El acceso y participación de las Provincias en estudios, planes y decisiones de la administración federal, cuando se encuentren comprometidos sus legítimos intereses.

8) La concreción de acuerdos en el orden internacional con fines de bienestar social y progreso para los pueblos de las Provincias, sin perjuicio de las facultades del gobierno federal en esta materia".-

II.-CONSTITUCION DELA PROVINCIA DE CORDOBA

Cláusula Federal "Art.16: Corresponde al Gobierno Provincial:

1) Ejercer los derechos y competencias no delegadas al Gobierno Federal.

2) Promover un federalismo de concertación con el Gobierno Federal y entre las Provincias, con la finalidad de satisfacer intereses comunes y participar en organismos de consulta y decisión, así como establecer relaciones intergubernamentales e interjurisdiccionales, mediante tratados y convenios.

3) Ejercer en los lugares transferidos al Gobierno Federal las potestades provinciales que no obstaculicen el cumplimiento de los objetivos de utilidad nacional.

4) Concertar con el Gobierno Federal regímenes de coparticipación impositiva y descentralización del sistema previsional.

5) Procurar y gestionar la descentralización y desconcentración de la Administración Federal.

6) Realizar gestiones y acuerdos en el orddn internacional para satisfacción de sus intereses sin perjuicio de las facultades del Gobierno Federal".-

III.-CONSTITUCION DELA PROVINCIA DE FORMOSA

Art.1º.- La Provincia de Formosa (...) se reserva para sí todos los poderes no delegados expresamente al Gobierno Federal en la Constitución Nacional, incluyendo a los que sean de ejercicio, compartido, concurrente o conjunto".-

Art.6º.-El Gobierno Provincial promueve:

1) Un federalismo de integración y concertación que facilite el desarrollo armónico de la Provincia y la Nación.

2) Una equitativa y eficiente distribución de competencia entre el Estado Provincial y el Nacional, para afirmar el poder de decisión deéste en las facultades que le han sido delegadas.

3) La descentralización geográfica y administrativa de las empresas del Estado Federal, su asentamiento en la Provincia o la región donde realizan su principal actividad y la participación de éstas en la dirección y explotación de aquéllas.

4) La federalización del sistema financiero a fin de orientar el ahorro provincial a la inversión productiva local.

5) La revisión de las relaciones con la Nación en materia de coparticipación impositiva y de las políticas económicas, financieras y aduaneras.

6) La compatibilización de las acciones que en los ambientes económico, social y cultural, realicen entes públicos nacionales con los que, de igual carácter, cumplen los organismos del Estado Provincial.

7) El acceso y participación dela Provincia en estudios, planes y dedisiones de la administración federal y el control de su ejecución cuando se encuentren comprometidos sus legítimos intereses.

IV.-CONSTITUCION DE LA PROVINCIA DE JUJUY -1986

Art.3º -Autonomía Provincial

1) Los representantes de la Provincia, en ejercicio de su mandato, deberán asumir la defensa de los poderes y derechos no delegados al Gobierno Federal.
2) La Provincia podrá celebrar tratados y convenios con el Gobierno Federal, otras provincias o entes de derecho público o privado que favorezcan intereses recíprocos o que contribuyan a su progreso económico y social. Estos tratados y convenios, en cuanto comprometan su patrimonio o modifiquen disposiciones de leyes provinciales deberán ser aprobadas por la Legislatura.
3) La Provincia podrá realizar gestiones en el exterior del país para la satifacción de sus intereses científicos, culturales, económicos o turísticos, siempre que no afecten a la política exterior de la Nación.

V.- CONSTITUCION DELA PROVINCIA DE LA RIOJA -1986

Art.16º: Gestión Internacional: "La Provincia detenta la facultad de efectuar en el orden internacional gestiones, actos o convenios que fueren necesarios para la satisfacción de sus intereses, sin perjuicio de la política exterior delegada al Gobierno Federal.

Art.17º: Gestión Interjurisdiccional: "La Provincia podrá celebrar acuerdos, efectuar gestiones o mantener relaciones a nivel bilateral o regional, con otras provincias o con la Nación en el ámbito de sus intereses propios y sin afectar los poderes políticos delegados al Gobierno Federal. En particular podrá acordar con la Nación sobre coparticipación de impuestos, compensación de los efectos negativos de la política económica nacional y participación en todo órgano que administre facultades concurrentes, regímenes

concertados y empresas jurisdiccionales o del Estado Nacional que exploten recursos de su territorio".-

Art.62º: La Provincia en el ejercicio de la soberanía inherente al pueblo es dueña originaria de todas las substancias minerales y fuentes naturales de energía, incluidos hidrocarburos, que existen en su territorio con excepción de sus vegetales (...) La Nación no podrá disponer de dichos recursos sin previo consentimiento dela Provincia prestado por ley".-

VI.-CONSTITUCION DE LA PROVINCIA DE RIO NEGRO -1988

Art.10º La Provincia de Rio Negro declara su pertenencia a la Región Patagónica. El Gobierno coordina e integra prioritariamente sus políticas y planes con las provincias y autoridades nacionales con asiento al sur de los rios Barranca y Colorado.

Art.12º: El Gobierno Provincial:

1) Ejerce los derechos y competencias no delegados expresamente al Gobierno Federal.
2) Promueve un Federalismo de concertación con el Gobierno Federal y entre las Provincias con la finalidad de satisfacer intereses comunes y participar en organismos de consulta y decisión, así como establecer relaciones intergubernamentales e interjurisdiccionales, mediante tratados y convenios.
3) Ejerce, en los lugares transferidos por cualquier título al Gobierno Federal, las potestades provinciales que no obstaculicen el cumplimiento de los objetivos de utilidad nacional.
4) Concertar con el Gobierno Federal regímenes de coparticipación impositiva, promoción económica y descentralización del sistema previsional.

5) Gestionar la desconcentración y descentralización de la Administración Federal.

6) Realiza gestiones y celebra acuerdos en el orden internacional para satisfacer sus intereses, sin perjuicio de las facultades del Gobierno Federal.

7) Acuerda su participación en órganos que ejercen poderes concurrentes, o regímenes concertados y en las empresas jurisdiccionales o del Estado Nacional que exploten recursos en su territorio.

8) Se reserva el derecho de solicitar la celebración de un nuevo pacto federal, por no haber intervenido en el Tratado del 31 de enero de 1831, ni en la sanción de la Constitución Nacional.-

Art.79º: Los yacimientos de gas, petroleo y de minerales nucleares existentes en el territorio provincial y en la plataforma marítima son bienes del dominio público provincial. Su explotación se otorga por ley, por convenio con la Nación (...)".-

Art.87º: La Provincia(...) convendrá con el Gobierno Nacional, asesorado por,los sectores interesados, las condiciones de aplicación de las leyes nacionales que regulan las actividades productivas.

Art.92º: (...) La Provincia fija las condiciones deinstalación de entidades financieras públicas y privadas en su territorio y ejercita sobre éstas y las yá instaladas, el poder de policía".-

VII.-CONSTITUCION DELA PROVINCIA DE SALTA -1986

Art.3º.-Cláusula Federal: A los poderes políticos corresponde:

1) Ejercer los derechos y competencias no delegadas al gobierno federal, para hacer plenamente efectivo el sistema federal adoptado en la Constitución Nacional.-

2) Promover un federalismo de concertación con el gobierno y entre las provincias, con la finalidad de satisfacer intereses comunes y para participar en organismos de consulta y decisión de nivel federal y establecer relaciones intergubernamentales o interjurisdiccionales, mediante tratados y convenios.

3) Practicar en los lugares transferidos por compra o cesión al gobierno federal las potestades provinciales que no obstaculicen el cumplimiento del objetivo de la utilidad nacional de los mismos.

4) Concertar con la Nación regímenes de coparticipación impositiva.

5) Procurar y gestionar la desconcentración dela Administración Nacional.-

VIII.-CONSTITUCION DE LA PROVINCIA DE SANTIAGO DEL ESTERO -1986

-En su Preámbulo expresa que se dicta con el objeto de: "...establecer un federalismo de concertación regional con las provincias hermanas.."

+"+

BASES PROGRAMATICAS Y CONVENIOS REALIZADOS POR PROVINCIAS

-ACUERDO DE REAFIRMACION FEDERAL

-Se realizó en Lujan -Provincia de Buenos Aires en el mes de mayo de 1990 por el Presidente de la Nación, Dr.Carlos Saúl Menem, el señor Vice-Presidente Dr.Eduardo Duhalde y todos los Gobernadores de Provincia.

-Entre sus cláusulas establece la necesidad de:

1.-"Impulsar decididamente un proceso de regionalización fundador en el acuerdo de las provincias interesadas con el apoyo o estímulo federal. Las relaciones interprovinciales se orientarán en el sentido de la actual evolución hacia un "federalismo de concertación" preservando la unidad nacional y atendiendo a la integración latinoamericana".

2.-"Reconocer el derecho de las provincias a realizar gestiones y acuerdos en el orden internacional para satisfacción de sus intereses locales sin lesionar las atribuciones constitucionales que en materia de política exterior le corresponde al Estado Nacional.

3.-"En materia de poderes concurrentes o delegados a la Nación, se ejecutarán políticas de concertación a través de mecanismos que aseguren la participación de las Provincias y regiones en el proceso de toma de decisiones y control de su ejecución".-

-TRATADOS PARCIALES DE LAS PROVINCIAS CON ESTADOS EXTRANJEROS

-Con relación a la capacidad jurídica de las Provincias para celebrar convenios con sujetos internacionales se argumenta (1) "..sin dejar lugar a dudas sobre la competencia en materia de

---

(1)SOLA, Juan V.-"Los Tratados parciales de las Provincias con Estados Extranjeros".ED.Tomo 88 pg.881 y sgts.-

política exterior que tiene el gobierno federal, es conveniente hacer una distinción. La gestión de facultades que las provincias se han reservado y las que tienen concurrentes con el gobierno federal para su bienestar económico-social, puede desbordar la jurisdicción interna y traducirse en el ámbito internacional sin por ello usurpar facultades del Gobierno Federal.

-El límite de esta actividad es que en la promoción de sus intereses la provincia no comprometa negociaciones que hacen a las relaciones específicamente internacionales. La contratación de bienes y servicios está dentro de esas facultades y nada obsta tampoco a que promuevan su turismo o sus productos en el exterior.

-Los Tratados parciales de las provincias con gobiernos o con entidades extranjeras no crean derecho interno, es decir, obligatorio para los súbditos. Los contratantes no afectan con su acto sus jurisdicciones, actúan como empresarios, con las mismas restricciones que las de los tratados interprovinciales.

-Debe aclararse la distinción entre relaciones exteriores, de las cuales el gobierno federal mantiene el monopolio y los negocios administrativos de las Provincias".

-ALGUNOS CONVENIOS DE ESE TIPO

1.-Acta de Acuerdo, celebrada en marzo de 1988 entre el Gobernador de la provincia de Buenos Aires y el Presidente del Instituto de Comercio Exterior del Perú, celebrado en el marco del Convenio Básico de Cooperación Científico y Tecnológico Peruano-Argentino del año 1974. Su objeto era formular un programa de trabajo de cooperación e integración, ampliar el intercambio bilateral, fomentar el intercambio de experiencias y metodologías para incentivar la capacidad productiva y la ampliación de la oferta de empleo, promover emprendimientos empresariales conjuntos, etc.-

2.- Acta de entendimiento entre la Agencia de Desarrollo Económico del Estado de Rio de Janeiro (Brasil) y el Ministerio de Economía de la Prov.de Buenos Aires, celebrado en agosto de 1988, con el objeto de impulsar entre los empresarios de ambos estados la ampliación del intercambio comercial, la formación de empresas conjuntas y complementación productiva agropecuaria e industrial, otorgar asesoramiento técnico e informativo a los empresarios de cada estado que deseen efectuar operaciones decomercio exterior de los productos negociados entre ambos países, entre otros propósitos.

3.-Carta de Intención entre la Empresa de los Ferrocarriles del Estado de la República de Chile y Ferrocarriles Neuquinos S.E. celebrada en noviembre de 1990, con el objeto de establecer un sistema de vinculación intermodal tren-camion-tren entre las puntas de riel Lonquimay (Chile) y Zapala (Argentina) a los efectos de generar nuevos tráficos en los ramales citados.-

4.-ACUERDOS EN ZONAS LIMITROFES

Se han producido con cierta frecuencia en casi todas las zonas de frontera. Las localizaciones de La Cruz (Corrientes) e Itaquí (Rio Grande del Sur) impulsan la constitución de un puente que facilita la comunicación y los intercambios entre sus poblaciones.

-Un ejemplo reciente lo constitue la construcción del puente sobre el rio Pepirí-Guazú -muy cuestionado- que una al Municipio de San Miguel Oeste (Brasil) con el de San Pedro en Argentina. El puente se construyó por un acuerdo entre las autoridades del Estado de Santa Catarina y la Prov.de Misiones.-

-Se destaca en este conjunto las iniciativas concretadas por los gobernadores delas provincias de Córdoba, Mendoza y Buenos Aires, en el marco del "Programa de Cooperación e Integración Argentino-Brasileño, que revelan un nivel de protagonismo inédito por parte de las provincias en las áreas de comercio exterior y de gestiones internacionales"(1)

---

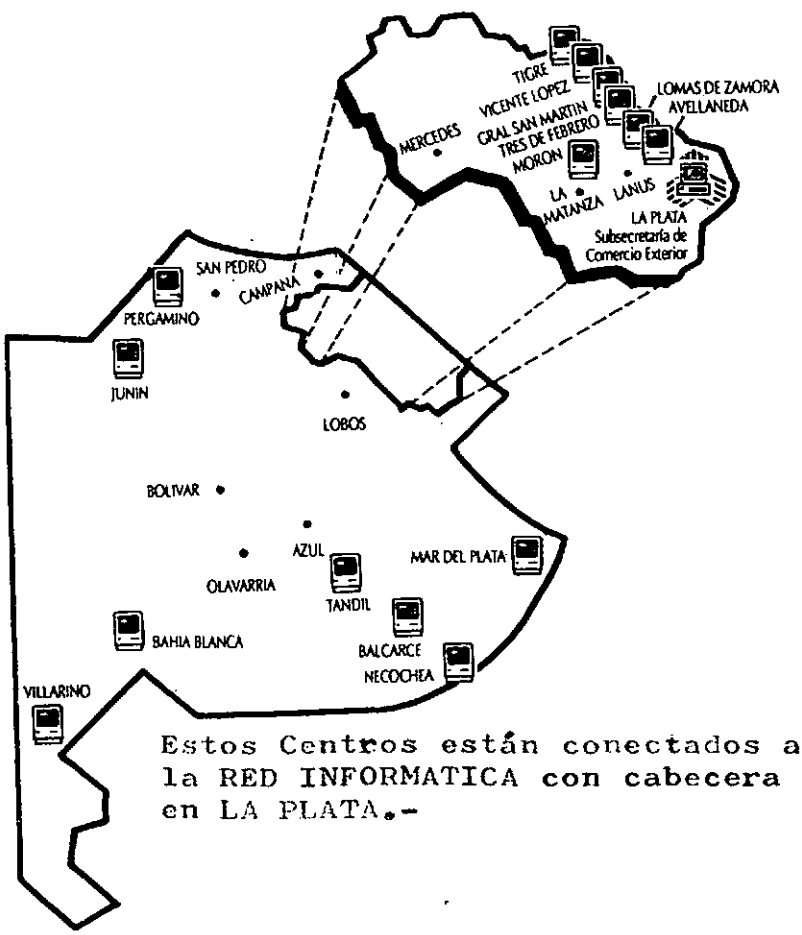
(1)SOSA Alberto:"Aspectos de la política exterior del gobierno argentino"(1983-1988)Informe CFI oct.1988

LOS CENTROS COMERCIALES DE PROVINCIAS
--------- EN EL EXTERIOR ----------

- La nueva y correcta percepción de un Federalismo Pragmático y activo en materia de relaciones económicas internacionales se ha materializado en la presencia del potencial de dos Estados Argentinos en el exterior: BUENOS AIRES y CORDOBA .-

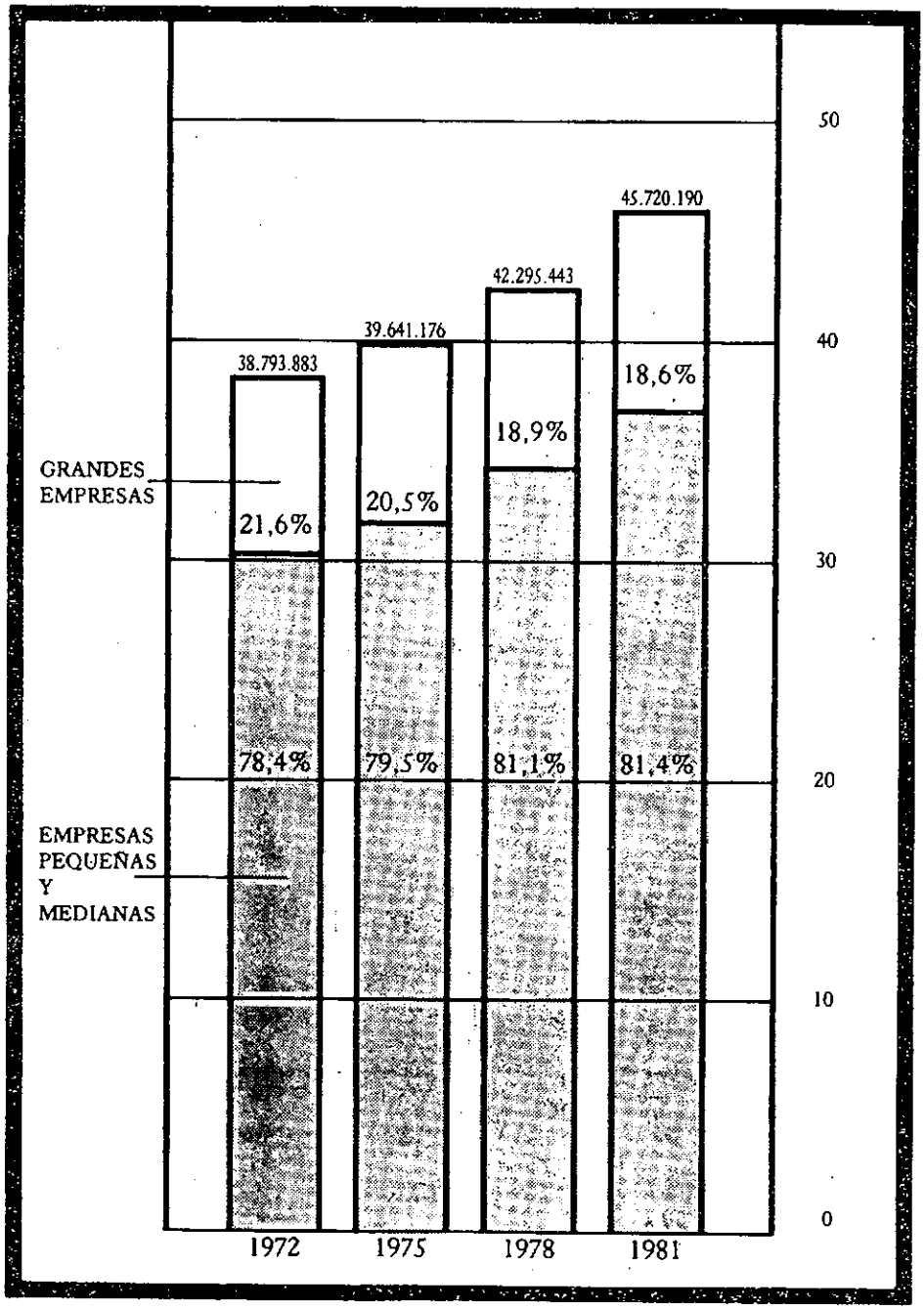
I

-La Provincia de Buenos Aires -desde 1987 - y a través de sus organismos idóneos, la SubSecretaría de Comercio Exterior y su complementación con el Banco de la Provincia de Buenos Aires ha preparado y puesto en marcha una base de apoyo en Centros de Promoción de Exportaciones que ya se encuentran en pleno funcionamiento en 24 Municipios con el apoyo de sus autoridades y empresarios de las zonas. En estos centros se enfatiza la acción en apoyo de las PYMES (Pequeñas y Medianas Empresas) que en todo el mundo reciben particular atención de sus gobiernos por la importancia cuantitativa y cualitativa de su participación en el comercio internacional, con un muy especial estilo en Italia y Japón.



Estos Centros están conectados a la RED INFORMATICA con cabecera en LA PLATA.-

MANO DE OBRA TOTAL EMPLEADA EN LA INDUSTRIA JAPONESA —EN MILLONES DE PERSONAS— EN PEQUEÑAS Y GRANDES EMPRESAS.



Fuente: Yetro, "Censo industrial de Japón".

CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES
BIBLIOTECA
Dr. Manuel
Belgrano

En el Exterior

-Se han creado dos organismos de promoción exportadora con sede en áreas de gran expansión comercial como son SANTIAGO DE CHILE y SAN PABLO (BRASIL).-

-Con la denominación de "BUENOS AIRES TRADE CENTER"que realizan su labor como centros de negocios y exposición permanente de productos bonaerenses, y -como se advierte su localización tiene un neto carácter geo-político-estratégico.

1.-Santiago de Chile.- El primero de estos Centros fué inaugurado en agosto de 1990 en la capital trasandina, con sede en la sucursal del Banco Provincia. Allí cuenta con una completa infraestructura de comunicaciones y servicios, personal técnico especializado y un ámbito de exposición en el que -hasta el momento- más de 60 empresas han exhibido sus productos a un bajo costo, facilitando su inserción en el mercado chileno.

2.-En San Pablo(Brasil).- Pocas semanas después se inauguró el segundo Centro con sede en esta ciudad que es el corazón mismo del mayor conglomerado humano e industrial de América Latina. Funciona también en la sucursal paulista del Banco Provincia y cuenta con las mismas facilidades operativas y administrativas que el Centro de Santiago. Pero adquiere especial significación este Centro pues constituye un positivo aporte de Buenos Aires a la integración económica argentino -brasileña.

+

Las PYMES y los BUENOS AIRES TRADE CENTER

-Las pequeñas y medianas empresas bonaerenses pueden competir en el exterior en función de los BTC con sede en países y areas seleccionadas, mediante la instalación deuna "base operativa" de su empresa, en el marco del Acuerdo de Complementación suscripto entre el Banco de la Provincia de Buenos Aires y la SubSecretaría de Comercio Exterior dela Provincia.

- Los servicios que pueden utilizar las PYMES son los siguientes:

-Exposición de sus productos en los Salones ad-hoc del BTC.

-Obtener información sobre precios, presentación, packaging y sistema de distribución deproductos en el mercado.

-Asesoramiento sobre el régimen y la operatoria de importación, trámites y gestiones comerciales, etc.etc.-

-Determinación del posicionamiento de la competencia, tendencias y tácticas de comercialización.-

-Información de referencias comerciales y bancarias sobre importadores potenciales.

-Servicios de comunicaciones: teléfono, télex, fax, PC, etc. adecuados a las necesidades del comercio internacional.-

-Utilizar una videoteca a través dela incorporación de videos de la empresa y sus productos.

-Reuniones y contactos de los empresarios PYMES visitantes para la concreción de agendas, visitas a Ferias y Exposiciones, fabricantes y distribuidores,etc.-

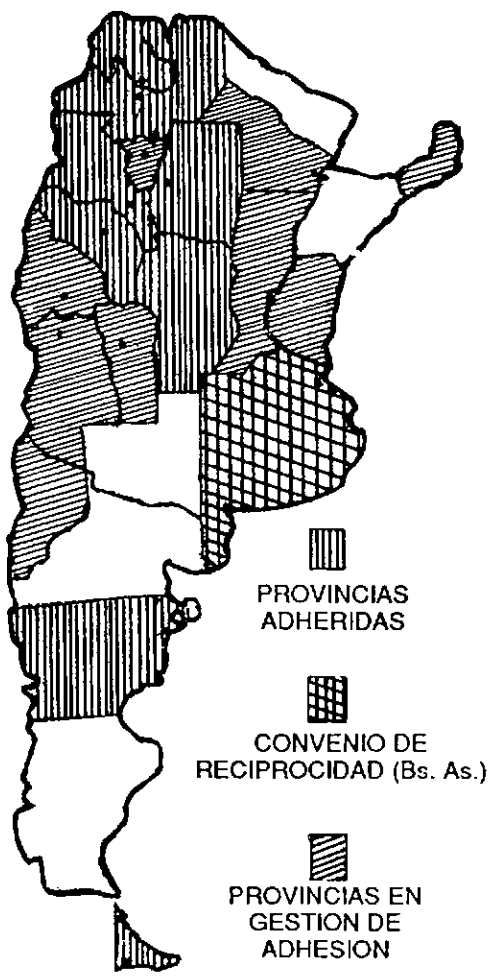
-Utilización de la infraestructura común del BTC: sala de reuniones, oficinas, servicios administrativos, de recepción e información.-

#

-En cuanto a la Provincia de CORDOBA ha organizado y puesta en marcha un CORDOBA TRADE CENTER en la ciudad de Nueva York con objetivos y servicios similares a los expuestos precedentemente, en coordinación con el Banco dela Provincia de Córdoba y el Banco Social de Córdoba. Mediante convenios sus - criptos con organismos de provincias, elCTC presta servicios a PYMES de distintos puntos del país.Actualmente existen 7 provincias yá vinculadas y 10 aproximadamente en gestión de adhesión.

PROVINCIAS ADHERIDAS AL CORDOBA TRADE CENTER

Mediante convenios suscriptos con organismos de provincias, el CTC presta servicios a empresas medianas y pequeñas de distintos puntos del país, además de Córdoba.
Actualmente existen siete provincias ya vinculadas y diez aproximadamente en gestión de adhesión.



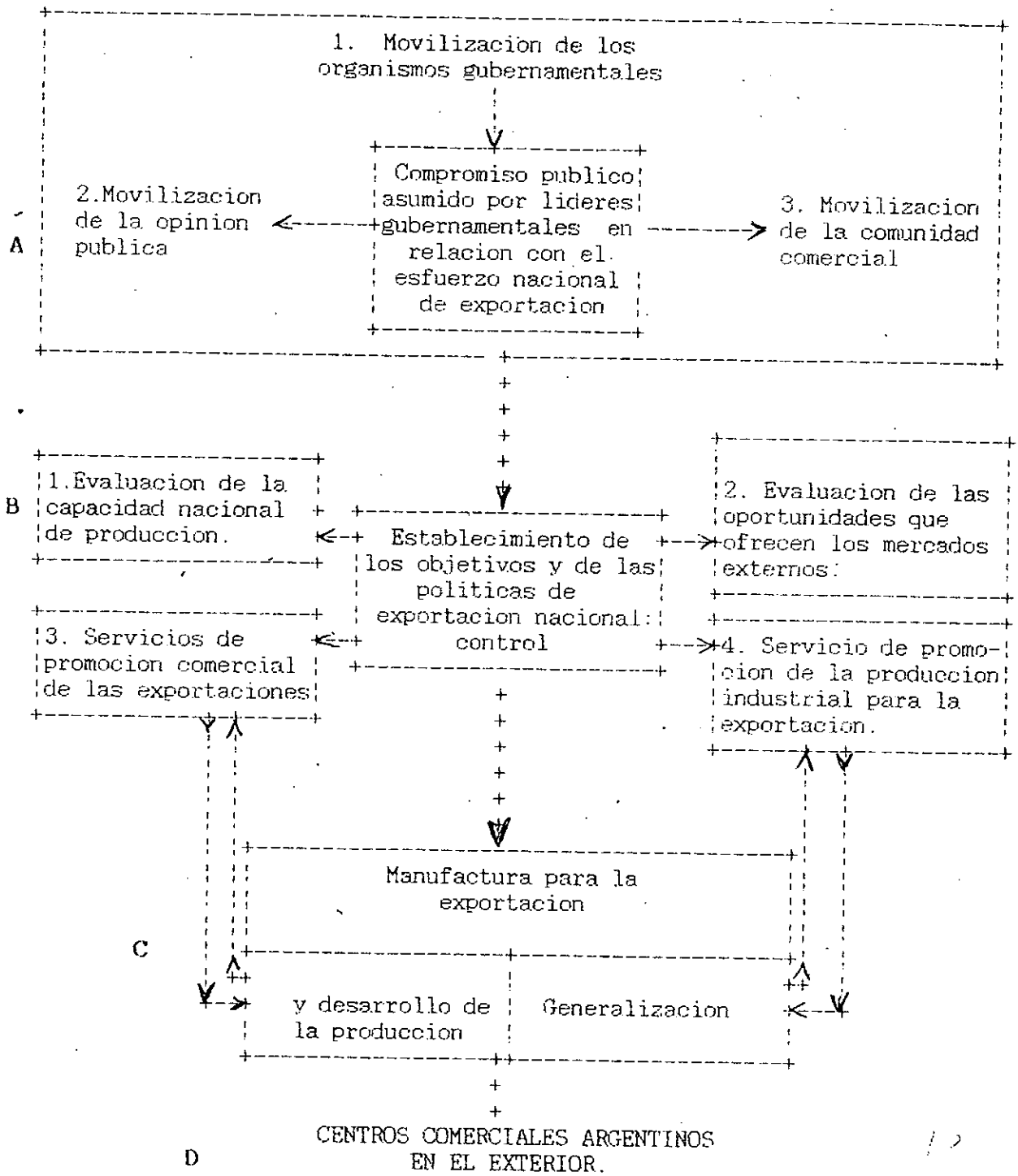
AUSPICIAN:
BANCO PROVINCIA DE CORDOBA
BANCO SOCIAL DE CORDOBA

I

ELEMENTOS DEUNA ESTRATEGIA DE PROMOCION DE LAS EXPORTACIONES

ELEMENTOS DE UNA ESTRATEGIA DE PROMOCION DE LAS EXPORTACIONES

El desarrollo del esquema es tema de un estudio correspondiente



INFORMACION

"Las primeras manifestaciones concretas de una política que "pretenda asegurar el desarrollo del país, y por este medio "consolidar su independencia económica, provocan generalmen- "te la hostilidad de las grandes firmas que controlan la mayor "parte de las exportaciones e importaciones.

".....existen numerosos países competidores y suministra- "dores de la misma mercancía y así, la ruptura con las gran - "des firmas que controlan el mercado internacional significa el "hundimiento de la exportación del país que se ha esforzado por "asegurar su independencia económica".-

(YVES LACOSTE: "Geographie Active")

"Un país asegura la cobertura universal de sus consu- "mos en la medida en que es capaz de vender al mun - "do entero sus productos nacionales.....o de ofrecer "los servicios de sus bancos, de sus compañías de se- "guros, de navegación y de sus técnicas, de sus socie- "dades de inversión y sus creaciones industriales..."

(PIERRE GEORGE: "Geographie Active")

"El comercio internacional presenta un gran dinamismo y una "competividad extraordinaria implacable. Las condiciones de "los productos y mercados son variables. Se requiere enton - "ces una gran agilidad y la participación del sector privado "tiene que ser preponderante. No se resta participación al Es- "tado. Una acción coordinada entre el Estado y el sector priva- "do constituye el ideal práctico. Se podrán establecer de común "acuerdo, programas, metas, etc., impulsar la producción "más redituable para el país y mantener un plan agresivo de ex- "portación a todos los mercados del mundo... La solución para "alcanzar los objetivos propuestos es: agilizar las medidas pro- "mocionales, dinamizar las ventas y activar la participación "del sector privado"

(CAMARA ARGENTINA DE EXPORTADORES)

"Se puede contar con los empresarios (especialmente de "la pequeña y mediana industria), se puede disponer de "los recursos necesarios, pero SI NO SE ELABORAN "POLITICAS apropiadas para acercarse sin pausa a los "objetivos de desarrollo exportador no se puede esperar "un éxito perdurable".

"Ni siquiera la mejor política puede resultar eficaz SI

"NO EXISTE UNA INFRAESTRUCTURA OPERACIONAL que "facilite el desplazamiento de los productos. Los compra- "dores tienen QUE VER lo que pretenden comprar o lo que "se les ofrece".-

(KARL HELBLING: "Made in Brazil", informe de EE.UU.)

"Hay que producir más mercaderías, más rápidamente y de mejor "calidad. La ayuda de la legislación fiscal proteccionista no es un "fin en si mismo ni es bastante. DEBE COMPLEMENTARSE CON "OTRO TIPO DE AYUDA que no es transitoria o coyuntural como "la anterior, sino que es la única base de UNA SANA POLITICA EX- "PORTADORA que siendo primordial en las épocas normales de es- "tabilidad económica, es IMPERIOSA en tiempos duros, o sea ayu- "da para abrir nuevos mercados, asistencia técnica para analizar "demandas y requerimientos de mercados, y sobre todo abrir cami- "nos para que los eventuales clientes conozcan las mercaderías y se "dirijan en consecuencia a Israel como fuente de suministros".

(ZEER SHAREF, ex-Ministro de Comercio de Israel)

CAPITULO I

ORGANIZACION DEL FOMENTO DE LAS EXPORTACIONES

- Formulación de los objetivos
- Fijación del orden de prioridad dentro de la planificación general
- Mecanismo operativo y servicios indispensables

- La planificación del sector del comercio exterior es llevado a cabo con gran precisión por parte de los países altamente industrializados, lo que culmina un largo período del ejercicio de una política de "educación" de los sectores público y privado, para obtener una permanente comprensión y apoyo hacia el esfuerzo nacional de vender su trabajo y materias primas propias e importadas con el mayor valor agregado posible, hacia el exterior.-

- En los países "en desarrollo" el nivel de reconocimiento de que las exportaciones del trabajo y la naturaleza nacional, constituye un elemento indispensable para su progreso, es todavía objeto de preocupación de las autoridades.

En particular, no han definido objetivos de exportación en función de los cuales puedan planificarse las inversiones, la producción y las actividades de Fomento del comercio exportador. A causa de las limitaciones impuestas por la escasez de divisas, los objetivos de importación se definen con

mayor claridad, pero con frecuencia no guardan mucha relación con los de exportación.

A. Selección Contínua

1- Al planificar la estrategia del desarrollo económico, se debe tener en cuenta que varios elementos de esa estrategia, como la política de importaciones y de inversiones, tienen consecuencia fundamental para la capacidad exportadora del país.

2- Ante la escasez de divisas se torna indispensable la selección contínua del destino de las inversiones con recursos limitados y así se plantea la opción de dedicar lo poco que se tiene a fomentar las exportaciones para aumentar los ingresos en divisas, o bien se promueve la sustitución de importaciones para ahorrarlas.

3- Es frecuente la falta de ardentía para "lanzarse al agua" como lo preconizaba un ministro de comercio extranjero y así, sin objetivos de exportación trazados precisa y claramente, muchos países en desarrollo han buscado lo que a su juicio era mas seguro, o sea la protección arancelaria de la producción destinada al mercado interno eximida de los azares de la competencia pero requiriendo un coste real muy elevado para la economía nacional.

4- Lo que deseamos destacar es que el sector del comercio exterior en los países en desarrollo es atendido poniendo énfasis en el equilibrio de la ba-

lanza de pagos a corto plazo lo que revela una indefinición en el plan nacional de desarrollo económico. Por el contrario, una política de fomento de las exportaciones exige diseñar una perspectiva a largo plazo.-

B.- Factores de la política económica general

1.- El éxito o el fracaso de toda política de fomento de las exportaciones reconoce la influencia de varios factores, y entre ellos no es desdeñable la regulación de la demanda interior.-

Mientras no se encuentre enpleno funcionamiento un sistema de producción "para la exportación" que sea independiente de los requerimientos del mercado nacional, el aumento de las exportaciones debe hacerse a expensas del consumo nacional en el corto plazo.

Puede afirmarse definitivamente que -aún reconociendo que hay razones políticas que siempre aconsejan mantener satisfecho el espíritu público -los esfuerzos para obtener mayores cantidades de divisas mediante las exportaciones, son absolutamente inútiles si no están acompañados por una racional regulación de la demanda interna. Y si ella está apoyada por la comprensión y cooperación del pueblo -para lo que ha sido bien ilustrado previamente- mucho mejor. Nunca debemos olvidar que los productores de un mercado nacional bien protegido no se sienten impelidos ni interesados en vender fuera del país, tarea que frecuentemente está llena de dificultades burocráticas propias de una sociedad sin incentivos para exportar.-

2.- Una de las características mas sobresalientes de los países en desarrollo es la pesada herencia de una administración que carente de imaginación económica, busca la provisión de fondos para el presupuesto en los impuestos a la exportación.-

- Si no existe una clara política, bien informada y bien formulada, que sostenga la promoción exportadora, todos los incentivos a las inversiones, exenciones impositivas, reintegros, etc. no cumplirán sus efectos benéficos y además es probable que se neutralicen.

C.- EL ESTADO Y SU PAPEL EN LA PROMOCION DE EXPORTACIONES

En un estudio presentado por el Centro de Comercio Internacional de las Naciones Unidas en el Seminario Interregional UNCTAD-PONUD sobre planificación del sector del comercio exterior celebrado en Ginebra se puntualizaba que "el principal responsable" de la falta de desarrollo exportador es la "mala comprensión" de lo que esta actividad significa para sostener el progreso de un país.-

- Los datos a considerar son los siguientes:

1.- En los países desarrollados el objetivo principal en su política de fomento de las exportaciones consiste en:

- crear la demanda o necesidades exteriores de sus artículos
- ayudar a crearla , o
- explotar esa demanda

Esta actividad está sustentada en un repertorio de artículos en permanente aumento y diversificación.

2.- En los países en desarrollo, en cambio, solo disponen de un panel muy limitado de productos -en su mayoría productos básicos, y en consecuencia el fomento de la exportación requiere la adopción de una perspectiva mucho mas amplia, pues carecen de los servicios básicos de exportación y comercialización. Un plan elemental debe contemplar los siguientes aspectos:

2.1.- creación de productos exportables

2.2.- organización de los servicios básicos

2.3.- prospección de nuevos mercados

2.4.- promoción de ventas en estos nuevos mercados

a) Falta de Servicios.- Lo que caracteriza al aparato exportador de los países desarrollados es 1) la unidad de la toma de decisiones políticas y 2) la extrema diversidad de los instrumentos utilizados para poner en práctica estas decisiones. Así, en el propio país, los sectores público y privado actúan en un plan de concertación tan estrecho que en algunos casos es difícil distinguir la línea de separación de ambas jurisdicciones. Y en el exterior disponen de servicios paralelos a los oficiales propiamente dichos representados por delegados de instituciones no estatales, de federaciones de industrias y las juntas de comercialización de productos.

- Por el contrario, los países en desarrollo atienden los asuntos referidos

a la exportación mediante el único órgano oficial de sus cancilleres, y sólo en algún país con amplitud de miras se han patrocinado institutos autónomos como un primer intento de diversificar los instrumentos de promoción.

b) La selección de modelos.- Es frecuente que las autoridades de los países en desarrollo busquen modelos adecuados para establecer mecanismos estatales de fomento de las exportaciones, siguiendo las pautas de instituciones similares de los países altamente avanzados.

- Así puede ocurrir que se disponga de departamentos o ministerios de comercio exterior con funciones y responsabilidades parecidas a las de los organismos equivalentes elegidos como modelos, pero debe tenerse presente que estos últimos trabajan en un contexto muy diferente que compromete el resultado de la gestión.-

- Si la toma de decisiones políticas es perturbada por alguna gravitación sectorial interna o externa, ocurre que los organismos creados no pueden contribuir efectivamente a la planificación del sector externo en el momento en que se formulen los planes nacionales de desarrollo económico.

- Lo real es que no se dispone de conocimiento sólido y bien informado de las perspectivas comerciales existentes en los muy diversos modos del mecanismo del intercambio internacional, y en consecuencia están impedidos de disponer de un estudio constante de todo el potencial exportador del país y sus relaciones con el exterior. Y si ello es así, no puede afirmarse nin-

guna base real para determinar planes de exportación. A su vez los ministerios de planificación frecuentemente no son nada mas que oficinas públicas en donde se reelaboran variables fundadas en cifras improvisadas o inexactas cuyo texto se agota en la impresión de las publicaciones.-

c) La indefinición.- Un esfuerzo nacional concertado para aumentar la producción de bienes exportables requiere capacidad de autoridad para adoptar decisiones, llevarlas a cabo y consolidarlas con un adecuado control de gestión. En los países en desarrollo la responsabilidad de los organismos de comercio exterior está estrictamente limitada a ciertas funciones de política y de información comercial. Así el sector exportador se anquilosa por la falta de una maquinaria estatal capaz de determinar el lugar que le corresponde en la política de desarrollo general.-

D.- EL ORGANO ADECUADO Y SUS FUNCIONES PROMOTORAS.-

--El estudio del Centro de Comercio Internacional de las Naciones Unidas arriba a la conclusión de que la promoción de exportaciones en los países en desarrollo se encamina hacia dos direcciones:

1.- reestructurar ciertos enlaces básicos de la administración pública; y

2.- resolver el problema técnico de la creación del producto exportable y el fomento de su venta al exterior.-

- Esta conclusión incluye el aserto de que si no dispone de un órgano oficial

con la responsabilidad y la autoridad generales de formular la política y los programas de exportación, dirigiendo su aplicación por otras entidades públicas y privadas, no se puede emprender y proseguir un campaña nacional coordinada para el fomento de las exportaciones.-

- Funciones Principales

- Aquel organismo -cualquiera sea su denominación que haya sido creado para el caso - deberá desempeñar las funciones principales siguientes:

d.1.- Definir adecuadamente los objetivos fijados para el desarrollo del comercio de exportación.-

d.2.- Que esa adecuada definición se tenga en cuenta en los planes generales de desarrollo económico de modo que esté claramente presente el orden prioritario fijado para el sector externo.-

d.3.- Formular la política y sus programas de ejecución a fin de ubicar metodológicamente los objetivos fijados para el sector externo en el plan global nacional.-

d.4.- Dirigir la ejecución de los programas y organizar un sistema de control de gestión que sobre la marcha vaya ordenando los movimientos con el tiempo disponible necesario para introducir aquellas modificaciones que las situaciones especiales aconsejen.

****

CAPITULO II

ELEMENTOS DEL FOMENTO DE LAS EXPORTACIONES

Desarrollo teórico de un "modelo conceptual " ordenado por etapas indicativas, como fundamento operativo para la promoción de las exportaciones "no tradicionales" encaminada hacia metas concretas a plazo medio y largo.-

-A-

DEFINICIONES

- EL MODELO DE ESTRATEGIA NACIONAL DE PROMOCION DE EXPORTACIONES ESTA BASADO EN LAS PREMISAS DE LA ASIGNACION DE MAXIMA PRIORIDAD DADA AL SECTOR EXTERNO POR EL PLAN TRIENAL DE RECONSTRUCCION Y LIBERACION NACIONAL 1974-1977 DISPUESTO POR EL PODER EJECUTIVO.

- Una estrategia nacional para la promoción de las exportaciones está dada en el contexto de un plan amplio concebido para arribar a metas concretas de exportación desarrollado en tres etapas:

I.- Corto plazo (hasta un año)

II.- Plazo medio (hasta dos años)

III- Largo plazo (Hasta cinco años y en adelante)

-Su desarrollo está determinado por cuatro operaciones funcionales:

1.- La determinación de los objetivos.-

2.- La Política a seguir (asignación y movilización de recursos)

3.- El programa a cumplir (operaciones)

4.- El Control de Gestión (ejercicio de fiscalización para asegurar que se cumplan realmente los objetivos)

I

DETERMINACION DE LOS OBJETIVOS

1.1.- LA FUNCION PRINCIPAL DE LOS OBJETIVOS DE LA ESTRATEGIA ES ESTABLECER METAS QUE INDUZCAN TANTO AL GOBIERNO COMO A LAS EMPRESAS, A COMPROMETER SUS ESFUERZOS Y RECURSOS PARA EL FOMENTO SISTEMATICO DE LAS EXPORTACIONES.-

1.2.- Es muy conveniente que el sector privado participe en la determinación de los objetivos de la promoción exportadora en el área de sus empresas.

El procedimiento tiene una importante ventaja psicológica: los empresarios estarán mucho más dispuestos a creer que los objetivos son alcanzables si ellos mismos han colaborado para establecerlos.

Su participación pues, es sumamente importante ya que - en último término - el éxito de la estrategia nacional para el fomento de las exportaciones se mide por el resultado que obtengan las empresas.

1.3.- No cabe esperar que los empresarios tengan motivos, conocimientos o capacidad para establecer los objetivos nacionales de exportación. De tal modo, la tarea sólo puede realizarse a través del esfuerzo concertado de todos los organismos de gobierno que desempeñen papeles importantes en la estrategia nacional para el fomento de las exportaciones.

1.4.- Será necesario crear un "sistema" de alta jerarquía para lograr una estrecha colaboración pública y privada en la promoción de las exportaciones. El "sistema" definirá en función de políticas y programas, los compromisos que ha de asumir el gobierno en materia de fomento de exportaciones.

1.5.- Las definiciones a su vez orientarán a los empresarios y a sus organizaciones en todo cuanto se refiera a los objetivos sectoriales. La comunicación entre los organismos gubernamentales entre sí, y entre Gobierno y Empresarios, permitirá el establecimiento de un conjunto de objetivos exportadores que contarán de ese modo con el respaldo de todos los que participen de ese esfuerzo sistemático.-

1.6.- Por todo ello se requiere:

a) Utilizar una planificación indicativa. (El Gobierno

establece primero los parámetros y los alcances del esfuerzo de exportación).-

b) Invitar a representantes del sector privado a participar en la elaboración de los objetivos concretos de exportación dentro del marco nacional general.-

II

LA POLITICA

II.1.- LAS POLITICAS NACIONALES DE PROMOCION EXPORTADORA PERMITEN SALVAR LA DISTANCIA QUE SEPARA A LOS OBJETIVOS TRAZADOS DE LOS RESULTADOS REALES A OBTENERSE, AL ORIENTAR LA ASIGNACION Y MOVILIZACION DE RECURSOS PARA ALCANZAR ESOS OBJETIVOS.-

11.1.1.- La primera etapa a cumplirse es la evaluación de las limitaciones de recursos en la esfera de las empresas, limitaciones que restringen el logro de los objetivos.

La investigación pondrá de manifiesto la existencia de limitaciones de tiempo, información, administración, producción, comercialización, del capital, etc.-

11.1.2.- La segunda etapa consiste en preguntarse qué pueden hacer los organismos de gobierno para eliminar las referi-

das limitaciones o moderar sus efectos. O dicho de otro modo, qué apoyo concreto puede brindar el gobierno a los empresarios a fin de que puedan alcanzar sus metas de exportación.

11.2.- El método de apoyo del gobierno al sector privado se basa en el concepto de comercialización, según el cual para satisfacer al cliente hay que en pezar por averiguar lo que el cliente desea.

En este caso, los "clientes" del PLAN TRIENAL DE DESARROLLO Y LIBERACION (sector externo) son las empresas industriales.

II. 3. En definitiva, la movilización de recursos, significa asignar realmente mano de obra, fondos y capacidad de dirección a los programas y organismos del SISTEMA y debe abarcar todo el período presupuesto del PLAN TRIENAL (con las debidas revisiones periódicas).

III

EL PROGRAMA

(Operaciones)

III. 1. Los programas oficiales de promoción de exportaciones transforman la estrategia nacional en conjuntos de actividades esenciales para su ejecución.

- Es decir, dentro de las pautas establecidas por la política trazada, debe DECIDIRSE LA FORMA EN QUE HABRA DE REALIZARSE cada actividad, QUIEN debe hacerlo y COMO se relaciona cada actividad desde el punto de vista de la función y del tiempo, con otras actividades de fomento de las exportaciones.

III. 2. La organización operativa del programa será determinada por una estrecha colaboración entre los sectores públicos y privados (SISTEMA), y quienes tengan a su cargo su elaboración deben contar con el irrestricto apoyo de ambos sectores.

I V

CONTROL DE GESTION

IV.1.- ESTA ES UNA FUNCION ESENCIAL EN LA ESTRATEGIA NACIONAL DE PROMOCION DE LAS EXPORTACIONES.-

- En la administración empresaria se llama "Control de Gestión" al método de investigación y análisis que permite descubrir y medir las "discrepancias" entre los resultados previstos de las operaciones y los resultados reales obtenidos.

IV.2.- Las "discrepancias detectadas mediante el método de "Control de Gestión" pueden inducir a modificar las operaciones, a cambiar los objetivos y políticas, o a adoptar ambas medidas.-

El"control de Gestión" es el vínculo indispensable entre los objetivos y las políticas por una parte, y las operaciones o programas por la otra.-

IV.3.- El "Control de Gestión":

IV.3.1.- Se inicia con la afluencia de informaciones desde el sector privado hacia aquella parte del sector público que lo atiende.-

IV.3.2.- A su vez, estas informaciones afluyen desde dichos organismos hacia las autoridades del sistema encargadas de establecer los objetivos y políticas nacionales de ex-

portación.

Ellas deberán identificar las causas de las discrepancias y decidir si es necesario introducir modificaciones en los objetivos, en las políticas o en los programas.

****

-B-

DESARROLLO DE LOS ELEMENTOS DE LA ESTRATEGIA DE PROMOCION DE EXPORTACIONES

- ESTE DESARROLLO ES UN MODELO LOGICO DE SECUENCIAS QUE MUESTRA LAS PRINCIPALES ACTIVIDADES QUE CONSTITUYEN LOS ELEMENTOS DE UNA ESTRATEGIA NACIONAL DE EXPORTACIONES Y LAS RELACIONES GENERALES ENTRE ELLAS.-

Los gráficos que visualizan cada una de las etapas no constituyen un organigrama, puesto que se indica qué organismos de los sectores públicos y privados son los que tienen autoridad y responsabilidad para desarrollar tales actividades.-

CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES
BIBLIOTECA
Dr. Manuel Belgrano

I

PREMISA

COMPROMISO DEL GOBIERNO

1.2.- El esquema se inicia con la premisa del compromiso público de emprender un esfuerzo nacional de promoción de las exportaciones por parte del Gobierno Nacional y la subsiguiente cooperación por parte de los Gobiernos de los Estados Provinciales (PLAN TRIENAL DE DESARROLLO Y LIBERACION 1974-1977) Sector Externo).-

Sus autoridades deben inspirar a la opinión pública, a los empresarios y a la Administración Nacional, una gran decisión que -conjuntamente- respalde el esfuerzo de promoción de las exportaciones en la década en curso y específicamente durante la ejecución del Plan Trienal.-

1.2.- El gobierno debe encarar las modificaciones que eventualmente sea necesario introducir en las políticas macroeconómicas generales, y para hacer frente a las fuerzas políticas, económicas y sociales en pugna.-

1.3.- Muchas de las políticas macroeconómicas pueden crear obstáculos a la promoción de exportaciones, especialmente aquellas políticas que originen efectos inflacionarios, políticas fiscales o monetarias,

así como la sobrevaluación de los tipos de cambio.

El éxito del esfuerzo de exportación será en este caso dudoso, pero un ajuste y adaptación de las políticas macroeconómicas en forma gradual pueden respaldar los programas trazados. - De todos modos, como se señala más adelante, es conveniente que la fijación de los objetivos sea determinada aún antes que la planificación y la política macroeconómica se hayan adaptado al ideal del programa exporta. - dor. -

1.4. - En los países industriales desarrollados, las actividades oficiales de fomento de las exportaciones pueden concentrarse en los aspectos relacionados con la comercialización o la demanda. -

Pero los países en desarrollo tienen que ir mucho mas allá; las actividades oficiales de promoción de las exportaciones deben asimismo orientar y estimular el desarrollo de la capacidad de exportación de manufacturas y de la oferta.

Por consiguiente, a largo plazo, la promoción de las exportaciones se transforma en el elemento fundamental del desenvolvimiento económico en la planificación del desarrollo. -

II

OBJETIVOS Y POLITICAS

11.1. - Los objetivos y políticas nacionales de exportación se determinan te-

niendo en cuenta las condiciones establecidas por las políticas macroeconómicas del gobierno y los planes nacionales de desarrollo. -

11.2. - Dentro de tales condiciones, la elección de los objetivos y políticas nacionales de exportación se determinará en gran medida mediante:

11.2.1. - Una evaluación metódica y comprensiva de la capacidad de producción nacional; y

11.2.2. - Una evaluación sistemática y ordenada por países primero y por regiones económicas después de las oportunidades que ofrece el mercado externo.

11.3. - Desde el punto de vista conceptual, esta es la etapa en que la tarea de promoción de las exportaciones consiste en equiparar la capacidad y las oportunidades que ofrece el mercado en distintos niveles de agregación (de la empresa, la industria, regiones y país) y en diferentes períodos de la planificación (a corto, medio y largo plazo). -

III

LOS PROGRAMAS

111.1. -Las actividades de los programas se clasifican por su naturaleza en dos (2) categorías principales:

a) Servicios de promoción industrial con destino a la exportación

(por el lado de la producción y de la oferta). -

b) Servicios de promoción comercial de las exportaciones (por el lado del mercado y de la demanda). -

Ambas categorías de actividades no se excluyen entre sí y su grado de dependencia recíproca es muy alto al nivel de las empresas. -

111.2. -A largo plazo, ha de crear una capacidad de producción que responda a las fuerzas del mercado; investigación y desarrollo, producción y comercialización deben trabajar a la par para lograr el resultado buscado.

Por lo tanto, cualquier organismo gubernamental encargado de la promoción de la producción industrial para la exportación, debe cooperar estrechamente con los encargados de la promoción comercial de las exportaciones y viceversa. -

111.3. -La estrategia nacional de promoción de las exportaciones tiene en vista al empresario y sus mercados de exportación.

Los resultados conjuntos que se obtengan determinarán la eficacia de las políticas y programas de gobierno.

I V

LAS ETAPAS

IV.1. - Una estrategia nacional de las exportaciones actúa promocionando en diferentes períodos de planificación que generan sub-estrategias con sus propios objetivos y combinación de recursos.

IV.1.1. - La estrategia a CORTO PLAZO (un año)

Se cuida de la comercialización de las exportaciones de productos manufacturados que pueden venderse en el exterior sin que sea necesario ajustar la oferta, o introduciéndole sólo ajustes muy modestos. Las actividades de los programas para llevar a la práctica la estrategia de corto plazo, quedan comprendidas principalmente en la categoría de servicios comerciales de promoción de las exportaciones. El objetivo más importante de la estrategia a corto plazo son las ventas inmediatas de exportación. -

IV.1.2. - La estrategia a PLAZO MEDIO (hasta dos años)

Se cuida principalmente de la utilización de los equipos para la fabricación de manufacturas existentes para adaptar los productos (en cuanto al volumen, tamaño, ma-

terial, envase, etc.) a las exigencias de los mercados extranjeros.

La estrategia a plazo medio se concentra en la adaptación de los productos existentes, mas bien que en la creación de nuevos productos.

Aunque para la adaptación de algunos productos se necesita bastante ayuda de los organismos de gobierno encargados de estimular la oferta, los servicios comerciales de promoción de las exportaciones continúan cesempeñando una importante función en los programas de la estrategia a plazo medio.

IV.1.3.- La estrategia a LARGO PLAZO (cinco o más años)

La estrategia de promoción de las exportaciones con vistas a largo plazo tiene por objeto:

IV.1.3.1.- Crear nuevos productos exportables.

IV.1.3.2.- Instalar fábricas - mediante el ahorro nacional o inversiones extranjeras - que tengan una producción destinada a la exportación con mercados "comprometidos".-

Esto exige casi siempre inversiones en nuevos planes de fabricación, adopción de las últimas tecnologías, o ampliación de las fábricas existentes.

Asimismo puede ser necesario hacer inversiones en investigación científica aplicada a la industria, y en actividades de desarrollo cuando la tecnología necesaria no pueda obtenerse de fuentes externas. -

Uno de los resultados de la estrategia de promoción de las exportaciones a largo plazo puede ser la creación de un parque industrial constituído por las técnicas más avanzadas del ramo. -

V

DEPENDENCIA RECIPROCA

V.1. - La ejecución de la estrategia a largo plazo en su etapa programática depende principalmente de los servicios de promoción de la producción industrial para la exportación.

V.2. - La determinación de los objetivos de la promoción de exportaciones a largo plazo y de las políticas inherentes está internamente vinculada con la planificación del desarrollo nacional y especialmente con la programación y la planificación industrial. -

V.3. - Todos los planes estratégicos - a corto, medio y largo plazo - de-

ben estar orientados hacia la comercialización. Es decir, los objetivos, las políticas y los programas deben tener siempre por objeto la satisfacción inmediata o final de los clientes en los mercados de exportación. Es un principio que debe orientar tanto a los servicios de promoción de la producción industrial para la exportación como a los servicios de promoción comercial de las exportaciones. -

V. 4. - Las líneas contínuas y punteadas de los gráficos , sugieren la dependencia recíproca entre los elementos de la estrategia de promoción de las exportaciones nacionales.

Una estrategia de promoción de las exportaciones nacionales es un proceso dinámico y en marcha en que se produce interacción entre todos sus elementos.

Por ejemplo: aunque para establecer los objetivos y políticas de exportación nacional haya que tener en cuenta las políticas macroeconómicas del gobierno y la planificación del desarrollo nacional.

La FIJACION DE LOS OBJETIVOS MENCIONADOS PUEDE INICIARSE ANTES DE QUE LAS POLITICAS MACROECONOMICAS Y LA PLANIFICACION DEL DESARROLLO SE HAYAN ADAPTADO TOTALMENTE A LAS EXIGENCIAS DE LA PROMOCION DE LAS EXPORTACIONES.

V.5.- En realidad debe haber una permanente interacción entre los tres elementos que estimulan la armonización de las políticas macroeconómicas:

a) la planificación del desarrollo

b) los objetivos ; y

c) las políticas de promoción de las exportaciones. -

V.6.- En suma, la creación de una estrategia de exportación nacional es un proceso que evoluciona con el tiempo y que en último término comprende todos los elementos descriptos.

..oOo..

II

LAS "ZONAS FRANCAS"

EL NUEVO ROL

La nueva realidad internacional, las economías de escala, los bloques económicos, la integración regional y continental ofrecen, entre otras cosas, un perfil diferente sobre el que habrá que diseñar las políticas y estrategias comerciales para las Zonas Francas y las que habrán de crearse en el futuro.
Patricio Muñoz nos ofrece un completo análisis sobre las características y los roles con que deberán diseñarse las Zonas Francas para estar a la altura de los tiempos.

Patricio Muñoz, Iquique, Noviembre de 1991.
Patricio Muñoz es administrador Público y Licenciado en Ciencias Políticas y Administrativas por la Universidad de Chile.
Director de Iquique International Suppliers Ltda.
Ex Subgerente General de la Zona Franca de Iquique. Chile. (1978-1991).

Una verdadera fiebre por crear zonas francas recorre latinoamérica. Por razones que responde a las más variadas motivaciones, muchos gobiernos en la actualidad han decidido establecer estos sistemas, incorporándolos a sus políticas de fomento a la producción, la comercialización y la internacionalización de los mercados.

No obstante, a los objetivos tradicionales se suman ahora razones especiales y propias del momento histórico

que se vive. La tendencia hacia la globalización de las economías, la desregulación de los sistemas de comercio exterior, la eliminación de los aranceles, la corriente integracionista, las iniciativas multinacionales, la liberalización de los capitales, entre otros, son elementos que forman parte del nuevo escenario sobre el cual los gobiernos deben diseñar las Zonas Francas modernas o adaptar las existentes.

Desde la época de los fenicios, que crearon áreas de tratamiento especial liberando del pago de tributos a las embarcaciones y mercancías que usaban sus principales puertos, hasta las zonas francas de reciente creación, estos instrumentos se han adaptado a las circunstancias y realidades de cada época y lugar.

Así por ejemplo, para aprovechar un encalve geográfico estratégico en las rutas del comercio, superar dificultades del transporte de los productos, o desarrollar un área geográfica deprimida, se crearon las zonas francas de Panamá, Colombia, Brasil, Chile y Uruguay.

Pero las mismas razones no fueron válidas para establecer las de Filipinas, China Popular, Miami o Nueva York.

Qué hace posible la existencia de estos mecanismos en lugares con sistemas políticos, económicos, estructuras empresariales, instituciones y objetivos tan diferentes?.

Al parecer estos instrumentos tienen la virtud de adaptarse a todos los requerimientos, a todas las realidades y perdurar en el tiempo. Con frecuencia hay presión sobre los gobiernos para que se creen estos mecanismos, verdaderas varitas mágicas capaces de solucionar los pro

//blemas del desarrollo económico, de la industria no - competitiva, del libre comercio y de las exportaciones.

- La decisión de crear una zona franca no puede ser apresurada y sin un profundo análisis técnico.

Sin embargo, la decisión de crear una zona franca no puede ser apresurada y sin un profundo y acabado análisis técnico.

Si bien es cierto existen zonas francas que han sido exitosas, hay también algunas que perduran sumidas en la incertidumbre y la frustración sin haber cumplido en absoluto con los objetivos esperados. Muchas veces porque se ha copiado un modelo equivocado o porque la realidad política, económica o el lugar geográfico elegido, no ha sido el más adecuado. Estas malas experiencias obligan a una permanente revisión de su estructura jurídica, a fin de mantenerlas artificialmente vigentes, con un alto desgaste político.

Los economistas y funcionarios técnicos de los gobiernos, no son proclives a estos sistemas. Y con razón. Son excepciones que alteran las políticas nacionales con beneficio directo para una reducida parte de la sociedad empresarial y con efecto en una fracción pequeña del país.

Con detractores acérrimos e impulsores fanáticos, las zonas francas han perdurado en el tiempo y hoy en América Latina son sistemas de comercio exterior reconocidos y tratados en foros internacionales por calificados especialistas.

El nuevo escenario latinoamericano y mundial, obliga a los estudiosos del tema, a buscar la adecuada respuesta a una preguna ineludible: ¿Para qué crear una Zona Franca? ¿Cuáles serían sus objetivos en las actuales circunstancias?

- La tendencia creciente es terminar con los obstáculos al comercio exterior.

Desarrollo económico. Transferencia tecnológica. Generación de empleo. Atracción de inversión extranjera. Captación de divisas. Desarrollo de la industria de exportación. Venta de servicios a las mercancías internacionales. Aprovechamiento de rutas obligadas del comercio, etc. Todas ellas, sólo algunas, ninguna de las anteriores.

Podría convenirse en que las zonas francas son, en esencia, mecanismos de comercio exterior y que con capaces de producir desarrollo económico pudiendo servir diferentes propósitos deseados por los gestores.

No son polos de desarrollo por definición, carácter que suele atribuírseles con cierta insistencia. Como consecuencia de la dinámica propia del comercio exterior, de la radicación de empresas y capital, de los servicios conexos al sistema y de las múltiples actividades asociadas que surgen, suelen producir desarrollo económico que afecta positivamente el entorno geográfico donde está localizada la Zona Franca. Esto no cambia que sean básicamente áreas aduaneras especiales para el comercio internacional.

La tendencia creciente es terminar con los obstáculos al comercio exterior. Una de las medidas más primarias es eliminar el pago de los aranceles que gravan las importaciones. A ello se suman las políticas integracionistas, que persiguen también eximir los pagos que afectan la transferencia de productos entre países.

En el fondo las políticas apuntan cada vez más a transfromar a las naciones y a extensas áreas geográficas, en grandes zonas francas. Se busca reducir impuestos y obstáculos al comercio internacional, dar facilidades a los empresarios, a los productos y al capital.

En un escenario mundial donde se postula a establecer aranceles cero, a suscribir acuerdos bi o multilaterales para el libre tránsito de los productos, donde hay una iniciativa para transformar desde Alaska hasta Tierra del Fuego en un solo país, donde a través del Mercosur se integran con esperanzas las economías sudamericanas, surge otra pregunta ineludible: ¿Qué rol, qué misión, qué objetivo podría cumplir en ese futuro escenario una zona franca?

- Las zonas francas serán la plataforma de la integración multinacional.

Las nuevas Zonas Francas o aquellas que sean capaces de readecuarse para satisfacer las necesidades que exigirá el futuro inmediato, formarán parte de este escenario del comercio internacional sudamericano. En efecto, hay un nuevo rol para las zonas francas. Dejan de ser esos paraísos tributarios con beneficios artificialmente establecidos, para dar paso a áreas comunes donde los hombres de negocios del mundo deciden realizar sus inversiones para atender economías globalizadas. Lugares en donde se focalizan inversiones y actividades comerciales, industriales y de servicios por ser puntos geográficamente estratégicos para el comercio internacional.

El Estado deja de ser quien define las condiciones,

el lugar y los objetivos de las Zonas Francas. Estas nacen y se dearrollan por razones de conveniencia internacional y de interés de los empresarios quienes asumen el riesgo de sus inversiones. En el fondo, las zonas francas pasan a ser áreas comunes de uso internacional para atender necesidades de economías integradas. Las exenciones tributarias, arancelarias y cambiarias, dejan de ser factores decisivos.

Lo principal es la ubicación del lugar geográfico donde se den mejor las condiciones para un conjunto de países y hagan más atractiva la concurrencia de capitales en forma natural. Serán la plataforma de la integración multinacional, basada en la realidad práctica de los negocios. Su rol será constituírse en centro que dominen los mercados en las próximas décadas.

Quienes primero entiendan esta misión y sean parte de este proceso, serán las entidades y empresas líderes del siglo XXI.

Z O N A S F R A N C A S

- OASIS FISCAL

Gustavo Ferrand
Consultor
Gerente Internacional de Bilerin S.A.
Usuario de Zona Franca de Colonia.

Las Zonas Francas que son una realidad hasta hoy, cada vez cobran mayor importancia y notoriedad en el comercio exterior del mundo entero.

Involucran a muchos sectores de la economía y en relación con ellas se vinculan diferentes agentes económicos: empresarios, despachantes de aduana, transportistas, agentes de carga y embarcadores participando también asesores de comercio exterior y brockers, bancos, empresas aseguradoras, depósitos de mercaderías, puertos, aduanas y todo aquél que esté relacionado con el comercio exterior.

- ANTECEDENTES

Sus orígenes datan de la época de los Fenicios, hace más de 3000 años, cuando afectaban ciertas fajas de su territorio costero, exonerándolos de cargas fiscales y estableciendo franquicias para el pasaje de mercaderías y embarcaciones, con vistas a atraer el comercio y la na

/vegación de otros pueblos. Se trataba de ciudades marítimas exentas de todo tipo de impuesto, separada del resto del territorio por cordones aduaneros.

En esa época era común encontrar regímenes aduaneros diferentes dentro de un país, para distintas regiones. - Por ello son considerados los iniciadores oficiales de - las Zonas Francas en la historia de la humanidad.

Las Zonas Francas fueron apareciendo, entonces, en - aquellos lugares intermedios a los largo de las tradicionales rutas de comercio. No respondían, especificamente, a una política deliberada de fomento o promoción del desarrollo económico, sino que eran una necesidad de la - época ante las dificultades del transporte de mercade--- rías.

El incremento de las actividades comerciales de algunas potencias en sus lejanas colonias, hizo que se utilizara este mecanismo para acumular mercaderías con el fin de distribuírlas, posteriormente, en los distintos mercados. Luego, las civilizaciones Sumeria y Acadia (2.500 a.C.) adoptaron similares zonas de libre comercio. Pero es recién a partir del siglo XVIII que comienzan a resurgir adquiriendo auge y difusión. En la actualidad son muchas las Zonas Francas que existen alrededor del mundo , en los más diversos países y con diferentes regímenes políticos. Se estima que superan las doscientas zonas, en algo más de sesenta países.

- EVOLUCION

A medida que los países fijaron sus objetivos económicos, todos los instrumentos utilizados se fueron adap

//tando a esa nueva realidad y las Zonas Francas no se mantuvieron ajenas a esta regla general. Si bien algunos rasgos de las actuales zonas son similares a las originales, las diferencias en cuanto a sus finalidades son, en ciertos casos, muy acentuadas. Mientras aquellas primeras, tenían como objetivo solucionar algunos problemas de comunicaciones y eran casi exclusivamente depósitos de mercaderías en tránsito, las actuales responden a necesidades del sector externo de la economía y a características particulares del lugar donde se radican o del país donde se encuentran.

Entre los objetivos comúnmente perseguidos por quienes han instalado estas zonas en sus territorios, podemos mencionar los siguientes:

. Atraer inversiones de capital.
. Crear más fuentes de trabajo.
. Generar nuevos ingresos de divisas.
. Promover la transferencia de tecnología.
. Crear polos de desarrollo en determinados territorios.
. Mejorar el nivel de la mano de obra.
. Concentrar la oferta exportable y mejorar su promoción.
. Aumentar la utilización de bienes y servicios locales.

Pero lo que aparentemente resulta claro, es el creciente papel que las zonas desempeñan en la economía mundial y fundamentalmente en el comercio exterior. Cada vez son más los países que tienden a promoverlas. Algunas de ellas han alcanzado un desarrollo muy importante, mientras que otras evolucionaron más lentamente. Esto,

debido a las diferencias existentes entre sí.

El óptimo crecimiento y desarrollo de las Zonas Francas requiere de un conjunto de circunstancias que actúen de modo armónico: un marco legal claro y sencillo, una infraestructura adecuada y eficiente de servicios, un panorama político, económico y social estable y confiable, un sistema financiero ágil y sin trabas para operar de acuerdo a las actuales normas internacionales y el necesario apoyo nacional para la adecuada promoción y el respaldo a su actividad.

Si bien existen algunas diferencias entre ellas, no deja de ser cierto que todas tienen denominadores comunes; unas y otros permiten diferenciar una Zona Franca de una Zona de Promoción Industrial, Libre Comercio, o simples Depósitos Fiscales.

- QUE ES UNA ZONA FRANCA?

En el intento de esbozar una definición, podríamos decir que las Zonas Francas son territorios "ex-aduaneros" y no áreas denominadas "extra-territoriales", por cuanto no hay una pérdida de soberanía por parte del Estado.

Se trata, entonces, de áreas cercadas y aisladas eficientemente con el fin de que se desarrolle en ellas cualquier clase de actividad, sea esta industrial, comercial o de servicio y exenta de todo tipo de impuesto nacional, tributo municipal, derecho adunaero y gravamen a la importación o exportación.

Sin embargo, estos territorios no dejan de estar sujetos a todas aquellas disposiciones que rigen para esas

mismas actividades en el resto del espacio "no franco" del país que los contiene.

Se trata, pues, de unas traslación de ls fronteras aduaneras y fiscales con la finalidad de favorecer las actividades que se desarrollen en ellas, pero sin atentar contra los controles que naturalmente debe ejercer a la ecología, garantizar el cumplimiento de normas sanitarias, proteger el ejercicio de la competencia, intervenir sobre la comisión de hechos ilícitos y mantener - el respeto por los derechos coaiels y laborales.

A estas zonas se permite ingresar cualquier tipo de mercadería de origen nacional o extranjero y por cualquier vía.

Oficia como depósito regulador de las necesidades de la región evitando que un importador local se sobreabastexca innecesariamente al ingresar una partida que por - diversas circunstancias no logre comercializar con fluidez. Además, evita la inmovilidad de capitales abriendo nuevas alterantivas para ofrecer sus productos en diferentes países simultáneamente.

- PERSPECTIVAS

Desde los años '60 hasta mediados de los '70 aproximadamente el 80% de la producción realizada en Zonas - - Francas, se concentrab a en 2 sectores, la confección de prendas de vestir y el ensamble de artículos electrónicos. El resto se dividía entre industrias del plástico y cuero, fabricación de juguetes y laboratorios químicos y farmacéuticos.

Sin embargo, en forma progresiva se fueron instalando en ellas sectores de alta tecnología y empresas multinacionales de primera línea con economías de escala. Esto ha transformado el concepto que las Zonas Francas son sólo centros de mano de obra barata y beneficios fiscales, para pasar a jugar un papel muy importante en la economía mundial.

Actualmente se fabrica mercadería de primera calidad, capaz de competir con los más tradicionales centros de producción mundial. Además, se comercia con precios significativamente más bajos que en otros mercados, razón por la cual ningún importador deja de tenerlas como punto de referencia a la hora de organizar su proveeduría. Indudablemente las posibilidades de concentrar y promocionar la oferta exportable que tienen estas áreas son inmejorables, por ello nos atrevemos a afirmar que el comercio exterior mundial se dirige a privilegiarlas y potenciarlas.

Tal vez, el sector menos desarrollado en ellas, en la actualidad, sea el de servicios. En este campo, aún existen muchas alternativas; si bien en el área de los servicios financieros algo se ha avanzado, otras como los telepuertos, la informática y las comunicaciones se han expandido poco aún.

Lo que resulta evidente es que los gobiernos y las organizaciones internacionales, asignan a las Zonas Francas un papel más importante cada día. Las asociaciones internacionales de Zonas Francas se desarrollan y fortalecen año tras año. Los empresarios comienzan a analizar seriamente la posibilidad de instalarse en una de ellas, antes que sus competidores o beneficiarse con este sistema. Evolucionar al ritmo de los tiempos. Aceptar el desafío del futuro.

CON CUATRO ZONAS FRANCAS

CALIFORNIA, ABASTECEDOR MUNDIAL

PANORAMA GENERAL

La Economía de California puede compararse con la de las naciones industrializadas como Inglaterra e Italia. Es una economía internacional diversificada en la cual se estima que uno de cada diez empleos esta ligado al Comercio Exterior.

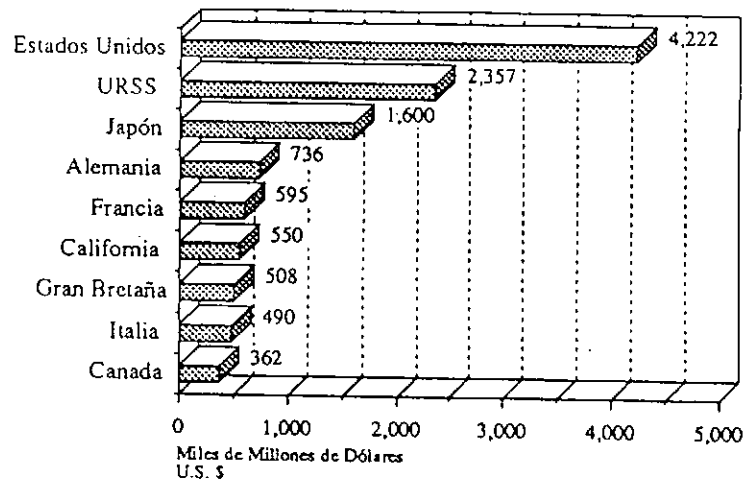
En casi todos los parámetros, California es un líder dentro de los 50 estados de la Unión Americana como son: Ingreso per cápita, ventas al menudeo, comercio bilateral, inversiones extranjeras, investigación y desarrollo.

Las universidades a nivel mundial, el desarrollo de la investigación, asi como la alta calidad de vida, atraen hacia California una fuerza de trabajo con un alto nivel educacional, creando una reputación internacional de alta calidad debido a productos y servicios novedosos, que al combinarse con abundantes recursos naturales y una sofisticada infraestructura de transporte hacen de California una atractiva fuente para compradores directos, así como de prestigio para inversionistas extranjeros.

California

UNA NACION DENTRO DE OTRA NACION

California totaliza un Producto Nacional Bruto de 550 mil millones de dólares en productos y servicios. Si el Estado de California fuera considerado como una nación independiente, alcanzaría el sexto lugar como potencia mudial después de los Estados Unidos, la Unión Soviética, Japón, Alemania Occidental y Francia. El Estado contribuye con el 12% del PNB de los Estados Unidos de Norteamérica.



Producto Nacional Bruto

Fuente: The World Bank

Durante el periódo de disminución de empleo en la industria manufacturera del país, el estado contribuyó con 450 mil nuevos empleos en los sectores de electrónica, equipo de automatización de oficina, instrumental científico, prendas de vestir e imprenta. El empleo en el sector servicios ha crecido aproximadamente 10% anual desde 1977.

California produce aproximadamente 250 variedades de frutas y legumbres, nueces, raíces además de diversos tipos de cereales como trigo, arroz y soya.

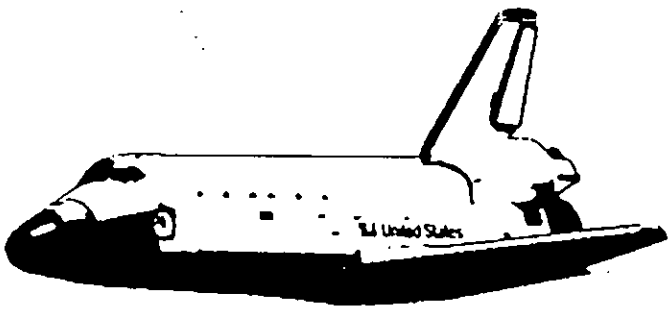
Es conveniente señalar la fuerza del estado como proveedor y abastecedor. Ocho de las principales industrias manufactureras del país adquieren más del 80% de sus productos en California. Por otra parte, las materias primas utilizadas para el procesamiento de alimentos son adquiridas en 90% en el estado.

El equipo de cómputo, así como los productores de equipo de oficina utilizan exclusivamente componentes de California.

CONGRESO FEDERAL DE ITA
BIBLIOTECA
Dr. Manuel Belgrano

Los bancos tienen activos combinados por mas de 250 mil millones de dólares. El estado cuenta con mas de 150 representaciones de bancos extranjeros. Aproximadamente una tercera parte de la inversión de capital total de Estados Unidos de Norteamérica está localizada en California.

La industria de la contrucción alcanza 34 mil millones de dólares anuales. La industria aereoespacial, electrónica y de alta tecnología proporciona 55 mil millones de dólares al año. Anualmente, los turistas de Estados Unidos y del mundo en general, gastan aproximadamente 34 mil millones de dólares en California.

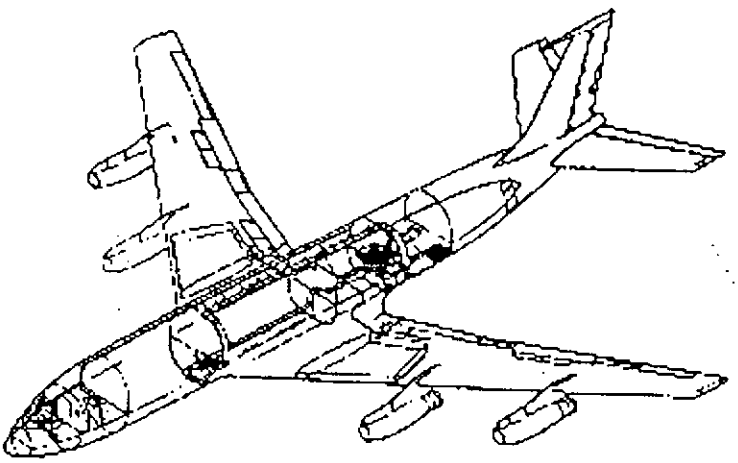


Los Angeles y San Francisco, que en forma conjunta totalizan el 70% de la población y 80% de la economía del estado, integran las más grandes comunidades de población asiática, hispánica y europea en los Estados Unidos.

DISTRIBUCION DE LOS BIENES EN EL MERCADO

En los mercados internacionales, la entrega de los bienes a tiempo, así como la distribución de los mismos es tan importante o más importante que el producto mismo. Pocos puentes internacionales pueden alcanzar la eficiencia y agilidad del transporte de California.

Doce puertos públicos se encuentran en proceso de modernización y expansión valuados en más de 800 millones de dólares. Este proyecto incluye no solamente terminales para el manejo adecuado de la carga, acero, automóviles y productos agrícolas a granel, así como productos derivados del petróleo, sino también la instalación de nuevas bodegas, y todo tipo de instalaciones de apoyo para el flujo de mercancías en lo relativo a inspecciones de aduana, distribución a tiempo del embarque, así como transferencia de contenedores a ferrocarril o camión.



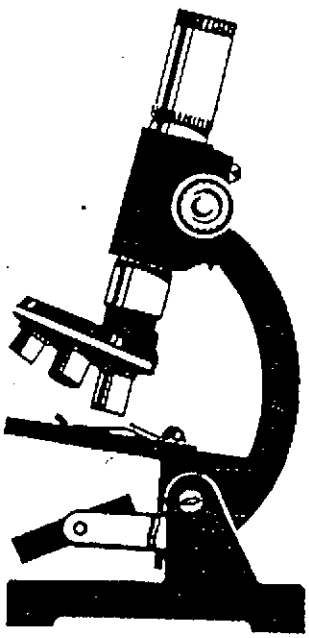
Aproximadamente 40 aeropuertos de California, que complementan las actividades de los aeropuertos de Los Angeles, San Francisco, Oakland, San José, Long Beach y Ontario, también han realizado recientemente fuertes inversiones para el manejo adecuado de la carga y aduanas. Gran parte de esa inversión está avocada al sector de más rápido crecimiento del mercado de carga aérea: los servicios de mensajería nacional e internacional.

Además de la gran cantidad de bodegas públicas localizadas cerca de los puertos, aeropuertos y terminales, California tiene también cuatro activas zonas francas localizadas en Long Beach, Oakland, San José y San Francisco lo que permite a las compañías mantener precios competitivos al importar componentes libres de impuestos para ensamblaje, pruebas y reexportación. Dos nuevos parques industriales están diseñados para abastecer a la zona dedicada a la alta tecnología de Orange County.

California tiene tres importantes ferrocarriles : Southern Pacific, Union Pacific y Santa Fé las cuales contienen más de 44 mil kilometros de vías. Además, con el objeto de proporcionar un servicio superior, estas vías conectan puntos del sur y del medio oeste de los Estados Unidos en forma directa a través de acuerdos con otros transportistas.

Aproximadamente 2500 líneas transportistas cubren rutas a lo largo de 278 mil kilómetros de carreteras así como 24 mil kilómetros de autopistas libres en el estado. Con el objeto de optimizar esta compleja red de infraestructura, California se encuentra en la última etapa de desarrollo, para lo cual fueron asignados 16 mil millones de dólares para carreteras, distribución de agua, alcantarillado; todos estos, elementos vitales para la infraestructura del estado.

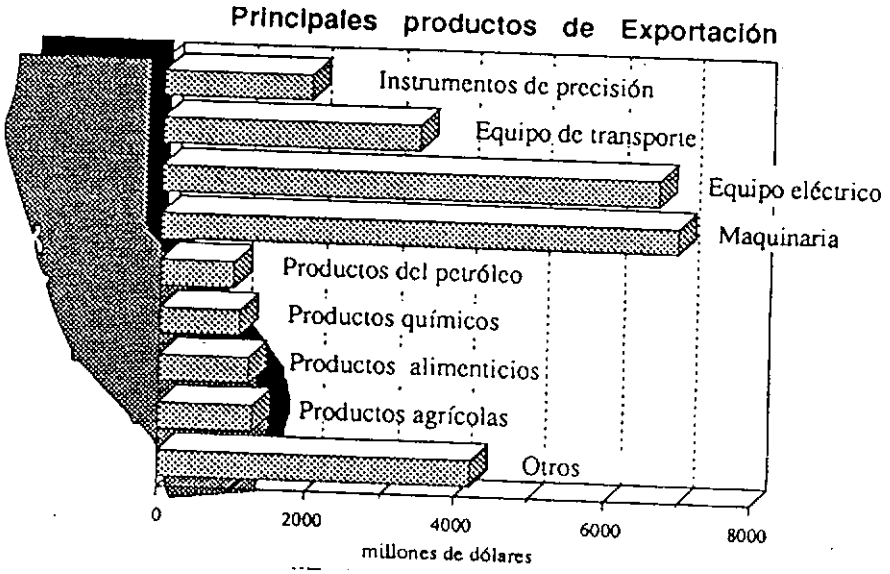
California no tiene paralelo, con su alta productividad, su alta calidad de vida y su propósito de mantenerse al frente del mundo competitivo internacional, California es el líder en los Estados Unidos y en el exterior. California, sin embargo no subestima este liderazgo; una de las formas en que el estado está solidificando su liderazgo es a través de los programas internacionales de Comercio.



CENTRO COMERCIO MUNDIAL

California ocupa el lugar número uno en los Estados Unidos, en lo referente a volumen total de operaciones de Comercio Internacional al generar 140 mil millones de dólares anuales. La inversión extranjera en California representa el 14% del total nacional.

Los distritos aduanales de San Francisco, Los Angeles, y San Diego constituyen uno de los más grandes puentes hacia el mundo, especificamente al area de la Cuenca del Pacífico, la zona más grande y de más rápido crecimiento comercial actualmente. Durante 1987 los puertos de entrada manejaron más de 52 mil millones en exportaciones. Esto originó un crecimiento económico y de empleos en la rama de manufacturas, ensamble, bodega y otros servicios. Las actividades relacionadas con comercio internacional emplearon 935,000 personas en 1987.



Por concepto de agricultura y manufactura en general, el estado de California exporta 30 mil millones de dólares anuales. Los artículos que encabezan la lista incluyen: Maquinaria, computadoras y componentes elctrónicos, instrumental medico y científico, aereoespacial, artículos deportivos y especialmente artículos agrícolas y alimentos procesados. Los sectores de exportación con gran potencial de crecimiento, incluyen productos químicos, farmacéuticos, biotecnológicos y equipo de telecomunicaciones. De esto aproximadamente una tercera parte se envía a Europa y el remanente se divide entre Canada y México.

Por concepto de inversión extranjera, más de 2300 compañías extranjeras tienen propiedades, plantas y equipo en California cuyo valor combinado asciende a 37 mil millones de dólares empleando los servicios de 300 mil californianos.
Un alto porcentaje de sus productos manufacturados se destina a mercados internacionales.

OFICINAS EN EL EXTRANJERO.

California mantiene actualmente oficinas de representación en Tokio, Londres y México dependiendo directamente del gobernador.

Para incrementar servicios en Europa y Asia, próximamente se abrira una nueva oficina en Frankfurt y en enero de 1990 se tiene programado abrir otra en Hong-Kong.

El personal de las oficinas trabaja directamente con los exportadores de California y con los prospectos de compradores en cada una de las regiones que operan.

Cada oficina tiene una biblioteca comercial con información de miles de productores y distribuidores comerciales en el estado, organizados por categoría de producto. Se cuenta también con listas de organizaciones gubernamentales, oficinas y referencias comerciales. Se llevan a cabo reuniones con compradores, distribuidores, y agentes con objeto de visitar a los ejecutivos de California, las delegaciones y las exhibiciones comerciales. El personal trabaja con minoristas y asociaciones para establecer lazos comerciales con los nuevos mercados.

UNA ATENTA INVITACION.

California le da al comercio internacional una importancia primordial. La frase **"Hecho en California"** es sinónimo de calidad y el Estado se asegura de que la etiqueta de California sea utilizada también como sinónimo de valor.

Le extendemos una atenta invitación a establecer una relación duradera con California a través de una red de oficinas estatales que se encuentra a su disposición. Si ya está haciendo negocios con California, le invitamos a que nos visite para ver las nuevas oportunidades que existen, de lo contrario, conozca lo que California tiene que ofrecer; pero NO espere mucho, porqué:

"El futuro ya empezo en California'.

C H I L E

EXITO REGIONAL

Chile cuenta con dos Zonas Francas. De modo particular se destaca la de Iquique (ZOFRI), que ha cobrado relevancia internacional a partir de la importancia de su volumen de operaciones y la eficiencia en el servicio. Sólo en 1991 las ventas superaron los mil millones de dólares.

A principios de 1977, mediante un Decreto con fuerza de Ley se autoriza el establecimiento de dos Zonas Francas en territorio chileno. La primera en la ciudad de Iquique, capital de la primera región de Tarapaca y la segunda en Punta Arenas, en el extremo sur del país.

La Zona Francia de Iquique se crea en el año 1975, pero es recién en 1977 cuando se dicta el texto modificado y coordinado que rige su actividad en la actualidad.

Por su parte, Punta Arenas ha tenido poco desarrollo debido a su ubicación, muy lejana de los centros comerciales más importantes de la región.

La Zona de Iquique, de significativo desarrollo, posee una ubicación geográfica privilegiada que le permite un fácil acceso a los mercados de Argentina, Bolivia, Perú y Paraguay.

- OPERACIONES E INCENTIVOS

En las Zonas Francas de Chile, se pueden introducir mercancías extranjeras exentas de todo tipo de aranceles e impuestos. Además, rigen exenciones al Impuesto Patronal en todos los casos y al Impuesto al Valor Agregado para las mercancías nacionales o extranjeras, que sean comercializadas en ellas o hacia el exterior.

Los bancos y compañías de seguros que allí se instalen no gozarán de los beneficios, franquicias, ni exenciones vigentes en estas Zonas Francas.

Algunas de las operaciones posibles de realizar son: depósito, exhibición, reembalaje, comercialización de mercaderías, ensamblado de productos semielaborados, entre otras.

ZONA FRANCA DE IQUIQUE

- DOS ZONAS EN UNA

Existen dos áreas claramente diferenciadas dentro de ZOFRI, la Zona Franca propiamente dicha y la denominada Zona Franca de Extensión.

- La Zona Franca

Es el territorio amparado por presunción de extraterritorialidad aduanera. En esta área se pueden realizar todas las operaciones propias de las Zonas Francas con la totalidad de los beneficios descriptos.

La actividad que se desarrolla puede resumirse según una clasificación perfectamente diferenciada:

1. Servicios de tránsito Internacional. Es decir, el almacenamiento de mercancías provenientes del exterior o del resto del territorio chileno, para luego continuar su viaje hacia el destinatario final en el extranjero.

Este servicio es utilizado tanto por importadores y exportadores latinoamericanos, como por empresarios de extrazona que operan con esta región.

Las mercancías permanecen depositadas en patios o bodegas de la Administración de ZOFRI, hasta continuar su viaje al destino final.

2. Comercialización con depósito suspensivo de aranceles. Las mercancías provenientes del exterior son almacenadas y exhibicas para luego ser vendidas a terceros países. Los empresarios pueden construir sus propias bodegas en terrenos de la Administración o arrendar el uso de instalaciones ya existentes.

Las ventas se realizan tanto desde las bodegas privadas al por mayor, como desde los locales de venta al detalle. A modo de gran "shopping center" donde se vende por mayor y menor. Cualquiera puede ir a comprar allí sean empresarios o particulares, sin restricción alguna.

Es un verdadero emporio de negocios. Abundan las mercaderías provenientes de Oriente, ya que su proximidad marítima facilita el comercio con países orientales y del sudeste asiático.

3. Ensamblado y manfuacturación industrial. Se desarrollan actividades que van desde simples ensamblados -

hacia el más complejo proceso industrial. La industria, puede utilizar insumos de cualquier procedencia. Una vez terminados, los productos finales se venden en Chile o son exportados al extranjero sin dificultades ni restricciones.

Si bien ha crecido notoriamente en los últimos años la instalación de empresas industriales, Iquique sigue siendo primordialmente una Zona Franca esencialmente comercial. De las 1.045 firmas radicadas en ZOFRI sólo 70 son industriales, mientras el resto se dedica a la actividad comercial.

- ZONA FRANCA DE EXTENSION

La denominada Zona Franca de Extensión, es el territorio contiguo a la ZOFRI que abarca el perímetro de la Región I de Tarapaca y comprende las provincias de Arica, Parinacota e Iquique.

Desde la ZOFRI se pueden retirar mercaderías hacia la Zona de Extensión, sin pagar aranceles aduaneros ni el Impuesto al Valor Agregado, siempre que los productos hayan sido fabricados en la Zona, y tengan certificado de origen chileno. Si fueron hechos en el extranjero, tributarán un impuesto del 9% sobre su valor CIF y si están destinados al resto del país, el arancel se elevaría al 11%.

- CONCENTRACION DE OFERTA

En conclusión, la Zona Franca de Iquique opera como un punto concentrador de la oferta y la demanda de mercancías a ser importadas por los diferentes países de la región, además de servir de bodega para los productos en tránsito internacional.

Por otra parte, el sector industrial radicado en la ZOFRI opera de modo preponderante para la demanda regional.

Si bien su área de acción se concentra en Bolivia, Perú y Chile, últimamente ha crecido mucho el comercio con Argentina, debido a la apertura que este país está teniendo en su comercio exterior. Con Paraguay el flujo comercial es de regular importancia.

La Zona Franca de Iquique fue creada con el objeto de generar un polo de desarrollo para la región de Tarapaca y facilitar la integración económica del norte de Chile con los países fronterizos. Este objetivo se está cumpliendo de modo satisfactorio, pasando a ser el punto de encuentro obligado para los importadores y exportadores de la región.

TRANSPORTES Y SERVICIOS

- TRANSPORTES

. Transporte Carretero, Iquique dispone de servicio de transporte carretero, tanto para la movilización de carga como de pasajeros. Se encuentra conectada por la

Ruta Panamericana con el resto del país y con Perú; además, otros caminos la unen a Bolivia y Argentina.

. Transporte Aéreo. Cuenta con un aeropuerto internacional en operaciones desde 1980.

. Transporte Marítimo. Operan agencias navieras que proporcionan los servicios de transporte marítimo con destino a cualquier parte del mundo.

. Transporte ferroviario. Ferrocarriles del Norte ofrece servicios de movilización de carga desde la ZOFRI hacia países limítrofes del Cono Sur americano, pues se encuentra interconectado con la red ferroviaria que integran Chile, Argentina, Bolivia, Brasil, Uruguay y Paraguay.

- SERVICIOS DE APOYO

Las actividades comerciales que se generan en la ZOFRI están complementadas con otros servicios necesarios para su desarrollo.

. Agencias de Aduana. Estas empresas realizan la tramitación de la documentación de ingreso y salida de mercancías desde la Zona.

. Bancos. Tienen sucursales en la ZOFRI, además del Banco Central de Chile, 14 bancos comerciales que permiten realizar operaciones con cualquier lugar del mundo.

. Créditos Warrants. Las empresas instaladas en la zona pueden trabajar con el sistema crédito warrant, el cual está en funcionamiento desde 1981.

. Fax y Teléfonos. Discado directo nacional e internacional.

. Combustibles. Dentro de la zona, empresas nacionales y extranjeras mantienen stocks de combustibles líquidos, sólidos y gaseosos necesarios para el consumo regional y del exterior.

. Energía Eléctrica. Iquique produce energía termo--eléctrica a través de EDELNOR y es parte del sistema interconectado del Norte Grande de Chile. La distribución es de 220/380 V. y 50 Hz. o 13.200V y 50 Hz.

. Agua Potable. La red de agua potable de la ciudad se abastece de pozos profundos ubicados a 60 Km. de Iquique.

EL FLAMANTE PASO INTERNACIONAL DE JAMA, EN LA PROVINCIA DE JUJUY, COMIENZA A SER UTILIZADO POR TURISTAS ARGENTINOS QUE CONTRATAN TOURS DE 90 DOLARES PARA RECORRER LAS PLAYAS DEL NORTE DE CHILE Y ACCEDER A LA ZONA FRANCA DE IQUIQUE, UN ENCLAVE SATURADO DE PRODUCTOS IMPORTADOS QUE SE ASEMEJA A LAS TIENDAS DE MIAMI.

La existencia de una zona franca en Iquique que, ha convertido a esa ciudad del norte chileno en el puerto de ingreso de las manufacturas procedentes de Taiwan, China, Corea y Japón, y en paraiso por los turistas atraídos por sus tentadoras ofertas.

Según cifras oficiales, proporcionadas por la Dirección de Migraciones, entre el día de su habilitación y el 31 de diciembre, 600 personas atravesaron la frontera argentina-chilena por el paso de Jama, cuya ruta internacional nace en la localidad de Purmamarca, en la quebrada de Humahuaca y finaliza en el puerto de Antofagasta, sobre el Océano Pacífico.

Los cálculos de los operadores de viajes estiman que alrededor de diez mil turistas atravesarán anualmente el paso de Jama, ya que la distancia de 824 kilómetros existente entre San Salvador de Jujuy y Antofagasta puede ser recorrida en apenas diez horas.

Además de los viajes turísticos, que acercan a los jujeños y salteños a las playas del Pacífico, mucho más cercanas que las del litoral Atlántico argentino, los empresarios argentinos y chilenos cifran sus expectativas en el intercambio comercial entre ambos países y el flujo de exportaciones procedentes de Brasil, Paraguay y Bolivia, rumbo a los mercados asiáticos.

Las estimaciones del empresariado elevan a 637 millones de dólares anuales el intercambio comercial que se procucirá por el paso de Jama, con una circulación mensual de alresedor de 6.000 camiones, una vez que el Mercosur acelere la integración con Brasil.

Las cámaras empresarias de ambos lados de la frontera, estiman que solo el intercambio comercial entre Chile y Brasil por el paso de Jama puede ascender a 320 millones de dólares, mientra que entre Perú y Brasil se calcula en 140 millones de dólares.

Al mismo tiempo, las exportaciones de los productos originarios del norte argentino hacia el puerto de Antofagasta, podría incrementarse 475 por ciento, según vislumbran las entidades empresarias de Jujuy, Salta, Tucumán y Santiago del Estero.

La distancia entre San Salvador de Jujuy e Iquique es de 1008 kilómetros y los visitantes pueden adquirir camisas desde 11 dólares, blazers de hilo tejido para mujer por 90 dólares y conjuntos de lencería por 60 dólares.

En Iquique un almuerzo para cuatro personas, con vino incluido, cuesta alrededor de 54 dólares, una cerveza 0,55 dólares y una hamburgesa completa 1,90 dólares.

El paso de Jama se encuentra habilitado todo el año porque las nieves del invierno no se acumulan en la zona como ocurre en otras regiones de Los Andes. Si bien la existencia es conocida desde la época de la colonia,recién el 18 de marzo de 1972 una caravana jujeña lo atravesó oficialmente, con la intención de solicitar su habilitación al gobierno nacional.

El 17 de mayo de 1974 quedó conformada la Comisión Permanente de Acercamiento Americano, en San Salvador de Jujuy, integrada por funcionarios y empresarios de Chile y Argentina, que entre otros objetivos se propuso "la construcción del camino que unirá a Jujuy con Chile por el paso de Jama".

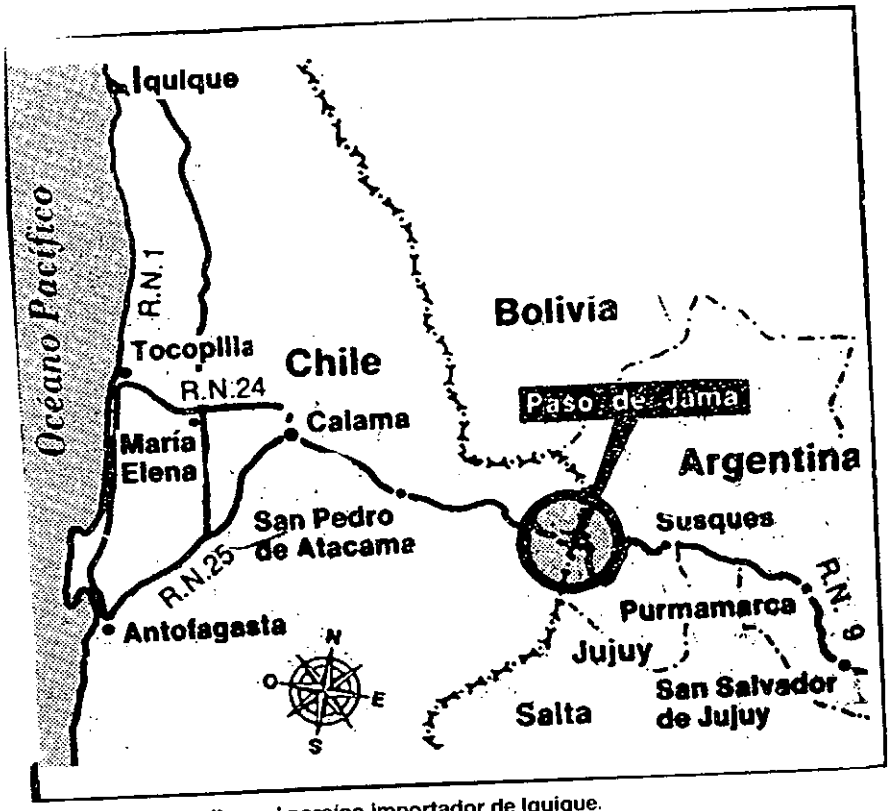
Sin embargo, el proyecto quedó demorado a raíz de los recelos existentes entre ambos países durante los gobiernos militares que estuvieron a punto de librar una guerra en 1978 por problemas limítrofes, y luego por problemas económicos que impedían finalizar las obras de infraestructura.

Los trabajos finales requirieron de una inversión de un millón de dólares, que fueron aportados por empresarios chilenos -700 mil- y argentinos -300 mil- , durante 1991.
La ruta internacional por el paso de Jama alcanza una altura de 4.230 metros del lado chileno y desde San Salvador hasta la frontera la distancia es de 349 kilómetros, atravesando la localidad de Susques, pequeña población de 800 habitantes, cuya principal actividad es la explotación de sus salinas.

El paso de Jama comunica con las localidades chilenas de Antofagasta, Tocopilla, Tarapacá, Tatal, Calama, San Pedro de Atacama e Iquique. Antofagasta es uno de los principales puertos chilenos, con una población de 190 mil habitantes, mientras que Tocopilla, de 24 mil habitantes, posee un puerto de aguas profundas, atractivas playas y abundante pesca de atunes.

El departamento Tarapacá, cuyas principales ciudades son Arica e Iquique, se caracteriza por sus pequeñas aldeas de pescadores y sus playas de aguas templadas.

A su vez la ciudad de Calama, de 130 mil habitantes, es una zona de gran valor arqueológico y posee yacimientos mineros, como la mina de Chaquicamata, el yacimiento cuprífero a cielo abierto más grande del mundo.



El paso de Jama lleva al paraíso importador de Iquique.

ZONA FRANCA DE MIAMI

Es una de las zonas más conocidas y difundidas del continente.
Comprende uno de los centros de movimiento y comercialización más importante de la región dada su - ubicación estratégica dentro de un lugar predominantemente turístico y muy accesible.

Muy cerca de las playas de Miami, con rápido acceso al puerto de la ciudad y al lado del aeropuerto internacional, la Zona Franca de Miami (MFZ) está constituída en un complejo ultramoderno que incluye galpones para - depósito, oficinas de ventas, salones para exposición , un banco, facilidades para conferencias y hasta un restaurante.

Concretamentela MFZ consiste en dos modernos edificios que conforman el Centro Comercial Global. Ambos poseen oficinas con aire acondicionado y salones que totalizan 140 mil pies cuadrados.

Estas áreas son utilizadas para ofrecer productos - que vienen desde todos los lugares del mundo.

- DEPOSITOS

A lo largo de los mil pies del edificio central se - ubican 60 galpones que suman un total de 600 mil pies -- cuadrados, todos con salida de cargas al exterior y comunicados con las oficinas que dan a la nave central del - complejo.

Existen facilidades para transformar los depósitos u

oficinas en salones de exposición, como también utili-- zarlos para reuniones o conferencias.

- BANCO

El Republic National Bank posee una oficina dentro de la Zona y ofrece todos los servicios financieros, tanto para los clientes como para los operadores del predio.

- OTROS SERVICIOS

Además de todas las operaciones propias de cualquier Zona Franca, en lo que se refiere a la manipulación de - mercaderías y la comercialización de las mismas, agrega comodidades para el mejor desempeño de las tareas:

. Control de inventario de clientes computarizado.
. Depósitos públicos.
. Servicio de cargas y transportes.

ZONA FRANCA DE CADIZ

Durante los días 2 y 3 de diciembre de 1991 se realizó en Buenos Aires (Argentina) un seminario de información sobrela Zona Franca de Cádiz y la promoción para la participación Argentina en la misma. Una delegación española especialmente convocada por la Subsecretaría de Comercio Exterior del Ministerio de Economía de la Provincia de Buenos Aires expuso las características y potencialidades de la Zona de Cádiz a un auditorio de empresarios argentinos.

La oferta es tentadora. El Delegado Especial del Estado en la Zona Franca de Cádiz, Juvencio Maeztu Gregorio de Tejada expuso, ante una nutrida concurrencia de empresarios argentinos, las características de la Zona y las ventajas para los potenciales operadores argentinos: "La intención es avanzar en formas de asociación de empresarios argentinos y españoles en la utilización de la Zona Franca de Cádiz".

Juvencio Maeztu, quien además es Presidente Ejecutivo del Consorcio de la Zona, introdujo a la concurrencia dentro de los aspectos específicos: la Zona Franca de Cádiz es creada en 1929 y, a pesar de haber funcionado desde entonces, va a adquirir nuevo impulso a partir de 1985, momento en que se realiza un ambicioso proyecto de crecimiento e inversión para potenciar su actividad.

A las puertas de Europa y frente a la inminente integración Comunitaria. la Zona de Cádiz posee todo lo necesario, no sólo para desarrollar la región sino además como plataforma para acceder a los mercados europeos,

africanos o del Medio Oriente.

En estos momentos se llevan a cabo obras de remodelación y ampliación tanto de la Zona propiamente como de su puerto, incluye una moderna estructura edilicia y servicios portuarios de primer nivel para abastecer cerca de 70 líneas marítimas regulares que llegan a todas partes del mundo.

La oferta de la delegación española incluye una nave entera para la exposición de productos argentinos, instalada dentro de los modernos depósitos que, se estima, estarían listos para marzo de 1992. Previa selección de las empresas interesadas, serán otorgadas esas naves para exponer y almacenar sus productos que quedarían, de esta forma, en consignación a la espera de una oportunidad para ser colocados en la Comunidad o terceros mercados. Los productos tienen todas las garantías de seguridad y protección como si estuvieran en los depósitos de su fábrica; son inembargables y sólo pueden ser utilizados o manipulados por decisión del propietario.

La idea es crear asociaciones o convenios con empresas españolas que representen a los productos y activen el proceso de localización y comercialización de los mismos. Para ello se cuenta con un edificio inteligente que actúa como centro de negocios y en donde se concentra toda la información necesaria para optimizar las transacciones comerciales al acceder de modo instantáneo a las cotizacines y precios internacionales.

En la Zona Franca de Cádiz existen las entidades financieras necesarias para el comercio internacional, tarea que se facilita aún más cuando la intervención societaria garantiza el cobro de la mercadería vendida.

Juvencio Maeztu se preocupó por aclarar que no existen trabas burocráticas y garantizó seguridad con agilidad en las gestiones comerciales.

- INVERSIONES

Otro aspecto del seminario abarcó la posibilidad para los empresarios argentinos de invertir en plantas industriales. Para ello cuentan con líneas de crédito del Gobierno Espapol o con la ayuda del Fondo Especial de la CEE, según el tipo y las características del proyecto y previa selección del mismo.

La intención es orientar los emprendimientos industriales hacia actividades que se integren a la producción regional, con introducción de alta tecnología e incorporación de valor agregado. Para estos casos se prevé un financiamiento del proyecto de hasta un 70%.

Durante los dos días siguientes al seminario, la delegación española se ofreció a despejar dudas y a establecer contactos de negocios.

La Zona Franca de Cádiz parece hacer cierto su slogan: cinco continentes en su mano.

URUGUAY, UN CAMINO INTEGRADOR

Las Zonas Francas Uruguayas tienen características particulares en relación a la actividad que desarrollan en virtud de su estructura y de sus ventajas comparativas.

El estratégico espacio conformado por el Río de la Plata y su área de influencia ha dado fundamento suficiente para que las autoridades uruguayas tomen la iniciativa en la creación de Zonas Francas. En la actualidad existen dos habilitadas: una en la ciudad de Colonia frente al puerto de Buenos Aires (47 Km.) y a sólo 178 Km. de la capital uruguaya, Montevideo; la otra se asienta en la ciudad de Nueva Palmira, frente a la desembocadura de los ríos Paraná y Uruguay, un poco más alejada de Montevido (221 km.) y a 85 Km. del puerto argentino de Buenos Aires.

Existen otras dos zonas aprobadas pero que aún no han sido habilitadas: una en Montevideo y la otra en Fray Bentos, junto al puente que une Uruguay con Argentina, paso terrestre más próximo a ambas capitales. Estas dos nuevas zonas se están estructurando peró aún no se encuentran prontas para operar.

- ORIGENES

Luego de algunos proyectos que no alcanzaron su objetivo y que datan de fines del siglo pasado, el 20 de junio de 1923 se crean las primeras Zonas Francas en Uruguay, en las ciudades de Colonia y Nueva Palmira. Luego,

en 1931 se modifica su régimen operativo y se establecen pautas definitivas. En 1949 y 1976 se actualizan las operaciones de acuerdo a las exigencias de la época, pero es recién en 1987 cuando son declaradas de interés nacional, hecho que les otorga fuerte impulso y dinamismo dentro del comercio regional.

- MULTIPLES OPCIONES

Las Zonas Francas Uruguayas ofrecen una variada gama de posibilidades vinculadas al comercio exterior de la región.

Entre las actividades más difundidas hallamos el servicio de almacenamiento o depósito de mercaderías en tránsito, a la espera de ser fraccionadas, para posteriormente decidir el momento en que serán enviadas a su destino final.

En la actualidad algunas empresas han comenzado a tomar estas zonas como centros de comercialización, ofreciendo sus mercaderías directamente desde allí, para ser adquiridas por los diferentes importadores de la región. De esta forma los empresarios ya no tendrán que realizar aquellos costosos y ajetreados viajes a Miami, Oriente o Europa para seleccionar los productos y efectuar sus compras; ahora tienen la posibilidad de hacer lo mismo en la Zona Franca de Colonia. Otros han optado por instalar sus industrias para la fabricación de distintos productos, al amapor de las exenciones impositivas, fiscales y aduaneras existentes dentro de la zona.

La radicación de industrias en Zonas Francas no es una tarea sencilla ya que implica desmontar y trasladar

una planta o bien instalar una nueva; ésto supone costosos estudios técnicos e inversiones generalmente muy importantes.

Es necesario señalar que en el área de servicios queda aún mucho por hacer. Por ejemplo, no existe ninguna - institución financiera radicada en las Zonas Francas Uruguayas, a diferencia de otros países donde éstas cuentan con bancos operando normalmente desde hace mucho tiempo.

La legislación permite la prestación de servicios financieros dentro de las Zonas Francas para facilitar el - funcionamiento de las actividades instaladas y, aún, para ofrecer esos servicios a terceros países, todo con las - - excenciones tributarias y demás beneficios que constan en la Ley.

La actividad financiera presenta algunas dificultades para los bancos de los distintos países, dado que las mercaderías se encuentran en un lugar de tránsito en el cual se puede cmabiar su destino, vender, parcializar o afectarla a otras operaciones. Estas entidades usualmente no se encuentran preparadas para encarar dicha operatoria.

Otro de los servicios con potencial posibilidad de -- crecer es el de los tranposrtes terrestres. Podrían adquirir los camiones, repuestos, cubiertas, aceites y combustibles del país que deseen y sin pagar ningún recargo de importación, lo cual les permitiría competir en condiciones muy ventajosas.

En el campo de la informática existen diferentes servicios que podrían brindarse. Pero a pesar de estar autorizados por la legislación, aún no se han desarrollado lo suficiente.

Estas serán tareas para lso empresarios, quienes con imaginación y audacia podrán potenciarlas, encontrando - cada uno la mejor manera de aprovechar sus beneficios.

IGUALES PERO DISTINTAS

- COLONIA

La Zona Franca de Colonia centra sus principales operaciones en el tránsito de mercaderías, terminadas o no. Los empresarios llevan sus embarques para fraccionarlos y luego ingresar a territorio "no franco" sólo aquella mercadería que efectivamente están necesitando o bien, comercializar sus productos hacia ambas márgenes del Plata. La zona cuenta además con la radicación de algunas industrias que procuran reducir sus costos de producción en un área exenta de todo impuesto y benficiarse con los convenios - bilaterales uruguayos.

- NUEVA PALMIRA

La Zona de Nueva Palmira concentran su caudal de operaciones en el almacenamiento de mercaderías a granel. Estas bajan por el río Paraná en "chatas", trayendo diferentes productos del litoral argentino y del Paraguay, como por ejemplo carbón, soja y cereales en general. Cuenta - con excelentes instalaciones para ello: cintas transportadoras, silos horizontales y verticales y equipos de tra-- siego de barco a barco. Allí se encuentra instalado el - único puerto privado uruguayo.

- EXCENCIONES Y BENEFICIOS

Se encuentran exentos de todo impuesto creado o a - crearse, los bienes, servicios, mercancías o materias - primas que sean introducidos en las Zonas Francas, cualquiera sea su origen.

Las mercaderías deberán ser exportadas desde cual-- quier país a las Zonas, y a su salida deberán ser importadas en el país de destino final como cualquier otra - mercadería de la misma naturaleza.

Los monopolios existentes en Uruguaym no rigen en - las Zonas Francas.

- OPERACIONES POSIBLES

Las Zonas Francas Uruguayasn han diversificado sus - actividades a lo largo del tiempo. Estas son algunas de las operaciones más comunes:

1. Almacenaje, depósito, fraccionamiento, reacondicionamiento, selección, clasificación y exhibición de mercaderías, cambio de marcas, reparaciones, cancelaciones de admisiones temporarias, abandono y destrucción.

2. Modificación de la facturación original, cambio de consignatario, refacturación o facturación por cuenta de terceros.

3. Comercialización, arrendamiento, remates y presentación a licitaciones.

4. Fabricación, armado, desarrmado, ensamble, mezcla de materias primeras, substancias químicas y todo tipo de

productos procedentes de uno o más países, pudiendo obtener el Certificado de Origen uruguayo, si correspondiere.

5. Prestación de servicios: financieros, de informática, profesionales, de seguros y todo otro servicio relacionado a las actividades que se realizan dentro de la zona o para terceros países.

Como se ve, las posibilidades de operar sobre la mercadería o la documentación de la misma es muy amplia.

- USUARIOS DIRECTOS E INDIRECTOS

El usuario directo es aquel que establece contacto con el explotador de la Zona Franca, y adquiere derecho a operar en ella y al usufructo de un predio a tal efecto. El contrato deberá ser aprobado por la Dirección de Zonas Francas.

El usuario indirecto es quien celebra contrato con un usuario directo, utilizando y aprovechando sus instalaciones, luego de ser avalado y registrado en la Dirección de Zonas Francas. Este usuario gozará de idénticos derechos que el usuario directo y tendrá también la obligación de operar exclusivamente dentro de las zonas.

ZONAS FRANCAS URUGUAYAS

- SERVICIOS FINANCIEROS

Uno de los aspectos poco conocidos de las Zonas Francas uruguayas es el relativo a la actividad financiera de las mismas.
Exponemos aquí algunas de sus características y posibilidades.

La Legislación de Zonas Francas se ocupa especialmente, del tema de servicios financieros con el fin de ofrecer un mejor funcionamiento de las actividades allí instaladas o para venderlos a terceros países con las exenciones tributarias y demás beneficios que promulga la Ley.

Pueden instalarse Bancos o Casas Bancarias. La legislación uruguaya no diferencia entre empresas nacionales o extranjeras, de manera que las normas para unos y otras son comunes. Sin embargo, aquellas empresas que operen dentro de las zonas no podrán desarrollar actividades fuera de las mismas.

La diferencia existente entre un Banco y una Casa Bancaria es que la última no puede abrir cuentas corrientes con chequera, ni recibir depósitos de residentes uruguayos. Todas las demás operaciones financieras son comunes.

La radicación de nuevos bancos en Uruguay está muy limitada, mientras que la autorización para establecer Casas Bancarias no presenta dificultades, siendo por consiguiente la operación más aconsejable.

- BENEFICIOS

Los Bancos o Casas Bancarias están exentos de todo - tributo nacional creado o a crearse, incluso de aquellos que por ley se requiera de una exoneración específica. - De lo único que no se encuentran libres es de la contribución a la seguridad social de los funcionarios uruguayos que contraten.

Los organismos públicos que suministren insumos o servicios a las empresas usuarias, podrán establecer tarifas promocionales.

Existe total libertad para el ingreso o egreso de títulos, valores, moneda nacional o extranjera, metales preciosos, circulación, conversión y transferencia. Sólo no se permite el comercio al por menor.

Tanto los Bancos como las Casas Bancarias, se encuentran obligados a cumlir con lo dispuesto en la Ley que regula el sistema de intermediación financiera y del secreto bancario.

- VENTAJAS COMPARATIVAS

Las Casas Bancarias que se instalen en las Zonas Francas Uruguayas, podrán brindar todos los servicios al comercio exterior con tarifas más competitivas al encontrarse exoneradas de todo tipo de impuestos.

También podrán captar colocaciones de no residentes - en Uruguay o de usuarios de zonas ofreciendo mejores tasas al no presentar incidencia de costos impositivos.

Las Zonas Francas normalmente presentan dificultades a los bancos de los diferentes países, dado que las merca

//derías se encuentran en un lugar de tránsito en el cual se puede cmabiar el destino, vender, parcializar y toda aquella operación para la que habitualmente no se encuentran preparados para encarar la tarea. Además, el pago a los proveedores generalmente se basa en determinado período a partir de la fecha de embarque, pero el conocimiento de embarque (B/L) va de origen a Zona Franca y no llega al país donde es solicitado el crédito, lo que genera algunas de las dificultades referidas.

Los Back to Back, los pagos entre Bancos latinoamericanos (por moneda convenio), los créditos para adquisición de mercadería generan muchas veces dificultades por falta de una estructura apropiada para este tipo de operaciones, o por falta de conocimiento respecto a las alternativas que brindan las Zonas al comercio exterior.

- PUERTOS LIBRES EN EL URUGUAY.

Tiene tratamiento parlamentario en estos momentos en el Urugay un proyecto del Poder Ejecutivo por que se crearían puertos libres, incluyendo el de Montervideo. La iniciativa tiende a la privatización de distintos servicios portuarios, dentro del programa oficial de reducción del Estado. La aprobación de ese proyecto permitiría el depósito de mercadería del exterior y abriría la posibilidad de fraccionarla, reenvasarla o reprocesarla. La medida responde también al propósito de convertir al puerto de Montevideo en una terminal regional en condiciones de competir con los puertos de Brasil y la Argentina.

PARQUE INDUSTRIAL Y DE SERVICIOS ZONA FRANCA
DE MONTEVIDEO

- UN PROYECTO EN MARCHA

Lo que aún es sólo un predio cercano a la capital uruguaya, la Zona Franca de Montevideo, busca convertirse en el parque industrial, comercial y de servicios más importante de Sudamérica.

Realmente un emprendimiento privado de magnitud.

Ubicado a sólo nueve kilómetros del Aeropuerto Internacional de Carrasco y a 20 minutos del puerto de Montevideo, sería la única Zona Franca de Sudamérica al lado de una ciudad capital. Una posición estratégica si se la considera, junto con las Zonas Francas de Colonia y Nueva Palmira (también uruguayas), entre dos colosos latinoamericanos, Argentina y Brasil y frente a la boca de salida de la hidrovía que da servicio al litoral argentino Bolivia y Paraguay.

Según sus impulsores, la Zona Franca de Montervideo ofrece un perfil orientado hacia el sector industrial y comercial. Cuidando al máximo el diseño y su paisaje, se garantizan los servicios e infraesturctura necesarias para la eficiencia de las empresas que en ella se instalen. Entre las posibilidades que ofrece el parque está la de industrias livianas de proceso limpio, depósitos, plantas de ensamblado, electrónica y microcomponentes, autio, video y laboratorios de alta tecnología. En el sector de los servicios podrá ofrecer desde compañías de seguros has

//ta teleprocesamiento de datos y producción de software.

El fuerte desarrollo con que cuentan las Zonas Francas en el Uruguay tiene en la de Montevideo un emprendimiento de verdadera magnitud. El proyecto está en marcha.

A L E M A N I A

PUERTO FRANCO PARA IMPULSAR LA ECONOMIA REGIONAL

Ruhort es el mayor centro de transporte de Europa. Ubicada en la ciudad de Duisburgo, la Cuenca del Ruhr posee una zona industrial en pleno proceso de reorganización.

Joachim Mies
(DaD)Alemania

Donde antes dominaba el carbón y el acero, surgen hoy centros de prestación de servicios.

A la sombra de torres de extracción y altos hornos, en parte fuera de servicio, modernas tecnologías sientan nuevas bases. Un reflejo de esta evolución puede apreciarse en el puerto de Duisburgo. Surgido originariamente como puerto carbonero y convertido entretanto en el mayor puerto fluvial del mundo como lugar de tránsito de mercaderías a granel, va camino hoy en día de llegar a ser el mayor centro de transporte de mercancías de Europa. Para fomentar esa evolución e impulsar con ello la transformación económica de la Cuenca del Ruhr, el gobierno alemán concederá un status especial al puerto en la desembocadura del río: una parte del puerto Rin-Ruhr pasará a ser puerto franco.

Ya se dispone de la zona adecuada, un área de 150 kilómetros cuadrados, en la parte norte del puerto, con posibilidades de ampliación.

Al mismo tiempo fueron sentadas las bases para la financiación. Los propietarios de la Empresa -constituída por el Estado, el "land" de Renania del Norte-Westfalia

y la ciudad de Duisburgo- aumentarán el capital social de 30 a 90 millones de marcos. En ello se sentarán las premisas para inversiones por un monto de 120 millones de marcos, suma con la cual la Compañía irá adaptando - hasta entrado 1992 el recinto portuario a las crecien-- tes exigencias del mercado de transportes.

Hasta el momento se carecía de experiencias con puertos francos en el interior del país; el puerto de Duis-- burgo, a 250 kilómetros del mar abierto, habrá de demostrar la conveniencia económica de una instalación, en la cual comerciantes y agentes de transporte gozarán de bonificaciones fiscales tanto en aranceles aduaneros como en el impuesto sobre la cifra de negocios. En cambio no se planea hacer concesiones sobre otras disposiciones, ni en regulaciones especiales en cuestiones de derecho laboral, social o de protección del entorno, tal como es el caso en "Zonas Francas" en Gran Bretaña y en Ultramar.

El futuro puerto franco será sin duda más atractivo para el comercio: derechos aduaneros y otros aranceles -- que han de abonarse por la importación de mercancías sólo se concentrarán cuando éstas abandonen el puerto.

Si la mercancía va destinada a un tercer país no de-- vengará impuesto alguno. Una tal regulación, constatan en un informe pericial especialistas en cuestiones de transporte de la Universidad de Munster, podría ser de interés por ejemplo para importadores de electrónica recreativa, ordenadores o piezas de automóviles, así como empresas comerciales y casas de venta por correspondencia, las cua-- les podrían almacenar sus mercancias en el puerto franco y distribuirlas desde allí. Asimismo brinda la posibili--

//dad de almacenamiento de mercancías especulativas como metales preciosos o café, cacao y té, cuando los comerciantes desean esperar cual es la evolución del mercado.

Naturalmente, sólo con el puerto franco no está todo arreglado, Las demás instalaciones portuarias, los enlaces por calzada y por svías férreas, las naves de - almacenamiento y la oferta de prestaciones de servicios para comerciantes y agentes de transporte han de ser - acomodadas también a la evolución, a fin de que el puerto confirme las altas esperanzas en él depositadas para la reestructuración de la zona.

CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES
BIBLIOTECA
Dr. Manuel
Belgrano

EXPORTACION POR ORIGEN TERRITORIAL

Bibliografía

INDEC -"Comercio Exterior"
Resumen Estadístico 1984-1989

EXPORTACION POR ORIGEN TERRITORIAL

Cuadro I

Jurisdicción	1984		1985		1986		1987		1988		1989	
	Toneladas	Miles de dólares	Toneladas	Miles de dólares	Toneladas	Miles de dólares	Toneladas	Miles de dólares	Toneladas	Miles de dólares	Toneladas	Miles de dólares
TOTAL GENERAL	32.298.288	8.107.405	38.628.313	8.396.017	30.272.498	6.852.213	23.348.026	6.360.160	29.183.274	9.134.812	27.209.481	9.579.271
Buenos Aires	4.961.634	2.046.775	7.109.756	2.408.046	5.410.743	2.001.838	3.939.085	1.901.986	4.201.816	2.460.527	5.124.338	2.804.923
Capital Federal	11.658	55.957	19.472	66.220	25.730	70.722	25.386	86.060	23.335	84.481	15.016	70.612
Catamarca	31.558	1.755	7.731	817	15.946	2.405	356	463	2.069	247	1.126	295
Córdoba	605.292	196.634	639.446	188.645	572.532	185.755	441.758	201.675	558.376	295.642	570.713	278.968
Corrientes	19.269	18.133	26.291	63.422	26.195	20.434	20.178	25.360	52.905	27.071	153.988	37.870
Chaco	95.997	91.111	95.168	75.305	53.007	45.100	60.482	49.566	87.770	76.127	78.735	64.729
Chubut	107.255	201.600	406.547	326.497	166.798	229.066	152.753	215.130	142.236	273.823	193.187	282.255
Entre Ríos	147.156	95.531	165.992	103.857	155.998	113.262	153.032	126.046	421.075	139.314	875.923	183.183
Formosa	1.261	751	407	1.229	454	847	243	387	600	113	158	159
Jujuy	188.896	69.236	151.265	58.596	106.193	46.187	82.807	38.159	141.627	57.015	111.490	59.234
La Pampa	2.727	2.941	6.327	5.504	2.757	3.852	8.171	3.342	3.258	4.138	14.794	3.218
La Rioja	1.534	739	3.711	1.968	7.020	4.282	3.888	3.559	4.166	3.806	7.916	7.402
Mendoza	160.788	74.814	311.196	78.752	189.366	93.171	190.861	97.622	231.457	121.530	471.423	199.038
Misiones	99.581	83.300	134.742	77.948	134.800	60.693	124.472	66.398	124.984	88.521	120.421	90.942
Neuquén	30.290	13.933	39.742	14.922	29.817	19.376	51.141	32.032	55.759	33.901	60.040	31.208
Río Negro	223.378	91.041	245.660	91.561	186.389	94.894	460.492	153.589	298.758	138.103	451.945	132.649
Salta	234.729	94.042	261.070	111.081	278.388	124.498	202.153	87.469	257.810	104.420	203.602	109.392
San Juan	14.761	6.180	16.208	7.197	15.499	10.020	22.069	16.751	35.759	25.947	48.212	30.822
San Luis	3.413	415	4.041	593	6.424	2.754	8.877	5.890	11.870	7.742	24.007	21.144
Santa Fé	1.058.673	407.105	1.499.282	475.466	1.396.114	466.146	1.361.044	538.758	1.795.976	778.638	1.760.529	810.914
Santa Cruz	40.007	39.618	191.763	67.335	31.364	45.088	56.719	81.350	240.371	109.850	189.195	105.790
Santiago del Estero	27.601	9.945	6.342	2.213	6.642	4.957	10.884	1.656	20.731	4.054	11.058	2.316
Tierra del Fuego	4.154	7.431	4.114	7.026	63.873	18.137	84.195	18.150	3.491	10.218	57.770	17.020
Tucumán	323.530	112.967	211.417	85.539	133.985	79.682	133.060	71.479	183.105	99.524	148.423	105.516
Indeterminado	11.250.236	2.002.253	12.951.353	1.913.583	11.776.075	1.694.092	8.200.235	1.352.696	4.588.430	964.338	2.543.786	605.668
Sin declarar	12.652.909	2.383.196	14.119.271	2.162.696	9.480.388	1.414.954	7.553.684	1.184.587	15.695.542	3.225.724	13.971.684	3.524.003

EXPORTACIONES SEGUN ORIGEN TERRITORIAL

-Las exportaciones argentinas originadas en el Estado Provincial de BUENOS AIRES ocuparon el Primer Lugar con un promedio anual de participación en el total del 28% durante el período 1984-1989, seguida por SANTA FE con el 6% (1984-1986) y aproximadamente el 9% durante 1987-1989. CORDOBA y CHUBUT participaron con un promedio del 3%.-

+

PARTICIPACION PORCENTUAL DE LAS EXPORTACIONES POR PROVINCIAS

Origen territorial	1984	1985	1986	1987	1988	1989
TOTAL GENERAL	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
Buenos Aires	25.2	28.7	29.2	29.9	26.9	29.3
Capital Federal	0.7	0.8	1.0	1.4	0.9	0.7
Córdoba	2.4	2.2	2.7	3.2	3.2	2.9
Corrientes	0.2	0.8	0.3	0.4	0.3	0.4
Chaco	1.1	0.9	0.7	0.8	0.8	0.7
Chubut	2.5	3.9	3.3	3.4	3.0	2.9
Entre Ríos	1.2	1.2	1.7	2.0	1.5	1.9
Jujuy	0.9	0.7	0.7	0.6	0.6	0.6
La Pampa	-	0.1	0.1	0.1	-	-
Mendoza	0.9	0.9	1.4	1.5	1.3	2.1
Misiones	1.0	0.9	0.9	1.0	1.0	0.9
Neuquén	0.2	0.2	0.3	0.5	0.4	0.3
Río Negro	1.1	1.1	1.4	2.4	1.5	1.4
Salta	1.2	1.3	1.8	1.4	1.1	1.1
San Juan	0.1	0.1	0.1	0.3	0.3	0.3
San Luis	-	-	-	0.1	0.1	0.2
Santa Cruz	0.5	0.8	0.7	1.3	1.2	1.1
Santa Fe	5.0	5.7	6.8	8.5	8.5	8.5
Tierra del Fuego e Islas Atlant. Sur	0.1	0.1	0.3	0.3	0.1	0.2
Tucumán	1.4	1.0	1.2	1.1	1.1	1.1
Indeterminado	24.7	22.8	24.7	21.3	10.6	6.3
Sin declarar	29.4	25.8	20.6	18.6	35.3	36.8
Otros	0.2	0.1	0.2	0.1	0.1	0.1

Buenos Aires

Las exportaciones de esta provincia no estuvieron concentradas en pocos productos. Sin embargo es posible destacar los siguientes:

	Años					
	1984	1985	1986	1987.	1988	1989
TOTAL	2047	2408	2002	1902	2461	2805
Subtotal	938	1121	753	654	839	976
Porcentaje	46%	47%	38%	34%	34%	35%
Chapas de hierro y acero	49	55	83	115	227	314
Tubos de hierro y acero	59	121	79	98	124	297
Aceites de soja y girasol	253	229	172	110	188	152
Cueros bovinos	193	169	194	183	158	124
Pellets de girasol y de soja	63	37	63	75	101	80
Gasóleo	42	132	23	-	-	7
Fueloil	204	275	44	11	-	2
Unidades periféricas	75	103	95	62	41	-

EXPORTACION E IMPORTACION POR LAS ADUANAS DEL ESTADO PROVINCIAL DE BUENOS AIRES

1984 - 1989

-Bahía Blanca
-Campana
-La Plata
-Mar del Plata
-Necochea-Quequén
-San Nicolás
-San Pedro

I

EXPORTACION POR ADUANAS

Durante el período comprendido entre 1984-1989 las exportaciones argentinas a través de las aduanas de Capital Federal y los Estados Provinciales de Buenos Aires, Santa Fé y Chubut, comprendieron alrededor del 90 % del total nacional.-

Participación porcentual de las Aduanas Nacionales

Aduanas	1984		1985		1986		1987		1988		1989	
	Expo.	Impo.	Expo.	Impo.	Expo.	Impo.	Expo.	Impo.	Expo.	Impo.	Expo.	Impo.
TOTAL GENERAL	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
Buenos Aires	23.6	10.0	26.8	7.7	19.0	8.1	17.1	11.8	17.9	16.2	20.9	12.2
Capital Federal	35.2	73.3	33.1	75.1	37.2	71.5	42.1	77.6	39.1	62.7	40.5	65.5
Córdoba	0.6	2.0	0.7	2.3	1.0	2.2	1.7	2.1	1.4	1.9	1.7	2.6
Corrientes	0.3	3.2	1.0	2.8	1.3	3.4	1.2	3.8	0.7	4.6	2.0	4.7
Chaco	0.1	0.1	0.1	-	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	-	0.1	0.1
Chubut	4.3	2.1	4.7	2.0	5.1	1.6	5.3	1.1	4.6	1.4	4.0	2.7
Entre Ríos	0.8	0.2	0.8	0.2	0.7	0.2	0.5	0.4	0.7	0.1	0.8	0.1
Formosa	0.1	0.4	-	0.2	0.1	0.5	0.1	0.5	0.1	0.1	-	0.3
Jujuy	0.4	-	0.5	-	0.6	0.1	0.5	0.1	0.4	0.1	0.4	0.2
La Rioja	-	-	-	-	-	0.1	-	0.1	-	0.2	-	0.3
Mendoza	0.5	0.3	0.4	0.4	0.8	0.7	0.8	0.9	0.8	0.9	1.5	0.8
Misiones	-	0.5	0.1	0.3	0.4	0.4	0.4	0.4	0.4	0.7	0.7	0.5
Neuquén	0.3	0.1	0.3	0.1	0.5	0.1	0.6	0.1	0.4	0.1	0.4	0.1
Río Negro	0.4	0.3	0.9	0.2	0.6	0.3	1.4	0.4	1.2	0.3	1.2	0.2
Salta	0.3	-	0.5	0.2	0.9	-	0.6	0.1	0.5	-	0.5	0.1
San Juan	-	-	-	0.1	-	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.2
Santa Cruz	0.5	0.1	0.3	0.2	0.5	-	0.9	0.1	0.7	0.4	0.8	0.2
Santa Fe	32.0	2.2	29.4	2.1	30.3	1.8	26.0	1.8	30.4	1.7	23.7	2.6
Tierra del Fuego e Islas Atlant. Sur	0.1	4.5	0.1	5.5	0.3	8.2	0.3	7.8	0.1	7.7	0.2	6.1
Tucumán	0.3	0.8	0.4	0.7	0.4	0.6	0.4	0.8	0.5	0.5	0.7	0.7

Participación porcentual de las exportaciones por aduana con respecto a la provincia y al total

	1984		1985		1986		1987		1988		1989	
	Prov.	Total	Prov.	Total	Prov.	Total	Prov.	Total	Prov.	Total	Prov.	Total
TOTAL GENERAL		100.0		100.0		100.0		100.0		100.0		100.0
Bahía Blanca (Bs. As.)	36.5	8.6	29.5	7.9	24.0	4.6	25.3	4.3	28.8	5.1	24.4	5.1
Campana (Bs. As.)	3.9	0.9	6.0	1.6	7.1	1.3	10.9	1.9	10.1	1.8	13.3	2.8
Capital Federal	100.0	35.2	100.0	33.1	100.0	37.2	100.0	42.1	100.0	39.1	100.0	40.5
Concepc. Uruguay (Entre Ríos)	31.4	0.3	20.8	0.2	9.8	0.1	23.2	0.1	9.5	0.1	31.7	0.2
Córdoba	100.0	0.6	100.0	0.7	100.0	1.0	100.0	1.7	100.0	1.4	100.0	1.7
Diamante (Entre Ríos)	48.5	0.4	55.3	0.4	52.1	0.4	18.7	0.1	34.4	0.2	14.4	0.1
Gualeguaychú (Entre Ríos)	18.2	0.2	20.2	0.2	32.2	0.2	50.4	0.3	48.3	0.3	40.8	0.3
Iguazú (Misiones)	59.2	-	90.2	0.1	92.4	0.4	92.6	0.3	96.6	0.4	96.8	0.6
Jujuy	96.8	0.4	93.9	0.4	94.6	0.6	97.3	0.4	93.5	0.4	84.6	0.4
La Plata (Bs. As.)	16.0	3.6	24.1	6.5	12.8	2.4	9.5	1.6	10.5	1.9	11.9	2.5
Mar del Plata (Bs.As.)	3.5	0.8	4.4	1.2	8.1	1.5	12.2	2.1	8.0	1.4	7.3	1.5
Mendoza	93.0	0.5	94.6	0.4	94.4	0.8	96.6	0.8	96.2	0.8	95.0	1.4
Necochea - Quequén (Bs. As.)	22.9	5.4	18.4	4.9	21.9	4.2	20.7	3.5	20.9	3.7	19.0	4.0
Neuquén	100.0	0.3	100.0	0.3	100.0	0.5	99.5	0.6	99.8	0.4	99.4	0.4
Paso de los Libres (Corrientes)	97.1	0.3	46.2	0.5	98.6	1.3	97.9	1.2	98.9	0.7	94.6	1.9
Puerto Deseado (Santa Cruz)	80.0	0.4	98.4	0.3	96.6	0.5	83.0	0.7	84.8	0.6	71.0	0.6
Puerto Madryn (Chubut)	99.1	4.2	82.5	3.9	94.9	4.9	98.0	5.2	93.5	4.3	88.9	3.6
Rosario (Santa Fe)	59.7	19.1	54.3	16.0	47.4	14.4	35.6	9.3	30.9	9.4	24.3	5.7
Salta	93.2	0.3	98.1	0.5	97.3	0.9	94.9	0.6	95.6	0.5	92.8	0.4
San Antonio Oeste (Río Negro)	98.0	0.4	99.9	0.9	100.0	0.6	97.9	1.3	99.7	1.2	99.2	1.2
San Lorenzo (Santa Fe)	30.7	9.8	34.3	10.1	42.8	13.0	56.7	14.8	63.5	19.3	67.5	16.0
San Nicolás (Bs. As.)	13.1	3.1	13.5	3.6	21.5	4.1	18.6	3.2	19.8	3.5	22.4	4.7
San Pedro (Bs. As.)	4.1	1.0	4.1	1.1	4.6	0.9	2.8	0.5	1.9	0.3	1.8	0.4
Santa Fe	1.1	0.3	2.7	0.8	2.1	0.6	2.6	0.7	1.2	0.4	1.6	0.4
Tucumán	100.0	0.3	100.0	0.4	100.0	0.4	100.0	0.4	100.0	0.5	100.0	0.7
Villa Constitución (Santa Fe)	8.5	2.7	8.7	2.6	7.8	2.4	5.0	1.3	4.4	1.4	6.6	1.6
Resto	-	1.3		2.0		1.2		1.4		1.3		2.0

Aduanas de la provincia de Buenos Aires

–Bahía Blanca

Durante el periodo 1984-1989 el 28% de las exportaciones de la provincia de Buenos Aires correspondió a esta aduana.

Productos	Años					
	1984	1985	1986	1987	1988	1989
	Millones de dólares					
TOTAL	699	664	312	275	470	487
Subtotal	498	592	228	206	265	346
Porcentaje	71%	89%	73%	75%	56%	71%
Trigo pan	362	476	132	136	120	203
Aceite de girasol	-	55	53	37	75	81
Pellets	-	-	4	17	53	53
Sorgo granífero	136	61	39	16	17	9

La representatividad de los productos seleccionados fue importante en todo el periodo analizado. La misma osciló entre el 56% en 1988 y el 89% del total de exportaciones iniciadas en esta aduana, que correspondió al año 1985.

- San Nicolás

Esta aduana fue adquiriendo mayor importancia durante el transcurso del periodo analizado, ya que en el año 1984 representaba el 13% del total exportado de la provincia de Buenos Aires y en 1989 se elevó al 22% ocupando en ese año el segundo lugar en importancia después de Bahía Blanca.

Productos	Años					
	1984	1985	1986	1987	1988	1989
	Millones de dólares					
TOTAL	250	303	280	202	324	447
Subtotal	211	251	229	142	227	303
Porcentaje	84%	83%	82%	70%	70%	68%
Chapas de hierro y acero	-	14	11	28	78	149
Desbastes de hierro y acero	-	33	60	21	35	91
Trigo pan	41	54	22	14	12	36
Maíz	96	91	68	34	34	23
Habas de soja	74	59	68	45	68	4

Se observa que los productos seleccionados representaron en el primer trienio una cobertura promedio del 83%, mientras que durante 1987-89 fue del 69%. Además es necesario destacar el crecimiento que experimentaron durante los últimos dos años las exportaciones de chapas y desbastes de hierro y acero.

–Necochea - Quequén

En esta aduana se registró un promedio anual del 21% de participación en las exportaciones de la provincia de Buenos Aires. Los envíos al exterior estuvieron concentrados en el trigo y sobproductos del girasol.

Productos	Años					
	1984	1985	1986	1987	1988	1989
	Millones de dólares					
TOTAL	438	414	285	225	341	380
Subtótal	376	352	210	204	265	314
Porcentaje	86%	85%	74%	91%	78%	83%
Trigo pan	162	183	91	98	85	174
Aceite de girasol	185	151	89	80	143	107
Pellets de girasol	29	18	30	26	37	33

Los tres productos seleccionados representaron una cobertura promedio del 83% de las exportaciones iniciadas en Necochea - Quequén.

–Campana

Esta aduana fue adquiriendo importancia durante el transcurso del periodo en estudio ya que en el año 1984 representó un 4% del total de la provincia y en 1989 alcanzó a un 13%.

Productos	Años					
	1984	1985	1986	1987	1988	1989
	Millones de dólares					
TOTAL	75	134	92	118	165	265
Subtotal	37	69	58	68	95	175
Porcentaje	49%	51%	63%	58%	58%	66%
Tubos de hierro y acero	21	60	49	58	83	163
Carne caballar	16	9	9	10	12	12

Los productos seleccionados significaron la mitad de las exportaciones iniciadas en esta aduana durante los años 1984 y 1985, mientras que de los restantes años superaron el 60%.

–La Plata

La participación de esta aduana en las exportaciones de la provincia fue disminuyendo a partir de 1986; insinuándose una recuperación en el año 1989. Las exportaciones estuvieron concentradas en los combustibles, productos q.uímicos y metales comunes.

Productos	Años					
	1984	1985	1986	1987	1988	1989
	Millones de dólares					
TOTAL	307	543	167	104	171	239
Subtotal	240	467	114	69	104	158
Porcentaje	78%	86%	68%	66%	61%	66%
Gasolina y gasolio	5	157	22	-	16	70
Chapas de hierro y acero	22	28	28	27	50	28
Fueloil	180	249	46	18	11	24
Ciclohexano	14	17	14	14	24	24
Benceno	19	16	4	10	3	13

La representatividad de los productos seleccionados dentro de las exportaciones tramitadas en esta aduana fue máxima en 1985, cuando con 467 millones de dólares se alcanzó una cobertura del 86% y mínima en 1988 con un porcentaje de participación del 61%.

–Mar del Plata

Las exportaciones iniciadas en esta aduana crecieron significativamente a partir del año 1985 hasta 1987, decreciendo un 23% en 1988 y volviendo a aumentar en 1989 un 41%.

Productos	Años					
	1984	1985	1986	1987	1988	1989
	Millones de dólares					
Total	68	98	106	133	103	145
Subtotal	35	56	59	50	64	70
Porcentaje	51%	57%	56%	38%	62%	48%
Filetes de pescado	8	19	38	36	50	57
Pescados enteros congelados	14	13	15	11	14	9
Trigo pan	13	24	6	3	-	4

Durante los años 1984 y 1985 las principales exportaciones de Mar del Plata fueron de trigo pan, mientras que en los siguientes años crecieron notablemente las exportaciones de pescado. Los productos seleccionados representaron un promedio anual del 55% durante el trienio 1984-1986. Este porcentaje descendió al 38% en el año siguiente y fue del 48% en 1989.

--San Pedro

Por esta aduana se tramitaron principalmente exportaciones de cereales y soja aunque en menor medida que otras aduanas de la provincia.

Productos	Años					
	1984	1985	1986	1987	1988	1989
	Millones de dólares					
TOTAL	78	92	59	30	31	36
Subtotal	74	75	50	21	19	23
Porcentaje	95%	81%	85%	70%	61%	64%
Maíz	46	26	22	2	10	8
Habas de soja	14	27	16	13	8	8
Trigo	14	22	12	6	1	7

Los productos seleccionados representaron más del 80% de las exportaciones de la aduana de San Pedro durante 1984-1986. En los restantes años la cobertura de estos productos descendió a un promedio del 65%.

Participación porcentual de las importaciones por aduana con respecto a la provincia y al total

	1984		1985		1986		1987		1988		1989	
	Prov.	Total	Prov.	Total	Prov.	Total	Prov.	Total	Prov.	Total	Prov.	Total
TOTAL GENERAL		100.0		100.0		100.0		100.0		100.0		100.0
Bahía Blanca (Bs. As.)	4.9	0.5	4.2	0.3	2.5	0.2	6.8	0.8	9.8	1.6	8.2	1.0
Bariloche (Río Negro)	100.0	0.3	100.0	0.2	92.4	0.3	77.2	0.3	84.4	0.2	81.3	0.1
Campana (Bs. As.)	19.8	1.9	21.6	1.7	22.0	1.8	30.8	3.6	23.9	3.9	23.4	2.9
Capital Federal	100.0	73.3	100.0	75.1	100.0	71.5	100.0	67.6	100.0	62.7	100.0	65.5
Clorinda (Formosa)	99.6	0.4	98.7	0.2	99.2	0.5	100.0	0.5	100.0	0.1	100.0	0.3
Comodoro Rivadavia (Chubut)	0.4	-	3.7	0.1	2.5	-	3.0	-	5.5	0.1	2.0	0.1
Córdoba	100.0	2.0	100.0	2.3	100.0	2.2	100.0	2.1	100.0	1.9	100.0	2.6
Iguazú (Misiones)	52.7	0.2	64.7	0.2	71.9	0.3	65.2	0.3	17.7	0.1	28.0	0.1
La Plata (Bs. As.)	29.4	2.9	25.4	2.0	37.2	3.0	40.3	4.8	41.3	6.7	31.3	3.8
Mar del Plata (Bs. As.)	4.7	0.5	3.3	0.3	1.4	0.1	0.8	0.1	0.6	0.1	0.5	0.1
Mendoza	98.3	0.3	99.7	0.4	99.3	0.7	99.3	0.9	94.4	0.9	99.1	0.8
Paso de los Libres (Corrientes)	98.7	3.2	98.0	2.8	97.8	3.4	97.2	3.7	96.1	4.5	92.7	4.3
Puerto Madryn (Chubut)	99.6	2.1	96.3	1.9	97.5	1.5	97.0	1.0	94.5	1.3	98.0	2.7
Río Grande (Tierra del Fuego)	68.3	3.1	61.0	3.3	54.2	4.4	45.3	3.5	57.8	4.5	48.1	2.9
Rosario (Santa Fe)	21.1	0.5	22.5	0.5	28.5	0.5	28.3	0.5	26.6	0.5	20.4	0.5
San Lorenzo (Santa Fe)	23.7	0.5	19.9	0.4	22.8	0.4	35.1	0.6	25.0	0.4	34.5	0.9
San Nicolás (Bs. As.)	40.0	3.9	45.5	3.5	35.8	2.9	21.2	2.5	22.9	3.7	34.5	4.2
Santa Fe	15.9	0.4	17.5	0.4	8.7	0.2	5.4	0.1	3.9	0.1	1.9	-
Tucumán	100.0	0.8	100.0	0.7	100.0	0.6	100.0	0.8	100.0	0.5	100.0	0.7
Ushuaia (Tierra del Fuego)	31.7	1.4	39.0	2.1	45.8	3.7	54.7	4.3	42.2	3.3	51.9	3.2
Villa Constitución (Santa Fe)	39.3	0.9	40.1	0.8	40.0	0.7	31.2	0.6	44.6	0.8	43.2	1.1
Resto		1.1		1.0		1.0		1.4		2.2		2.2

II

IMPORTACION POR ADUANAS

-En el período bajo estudio 1984-1989 los productos importados lo fueron a través de pocas Aduanas. Más del 90% entraron por las Aduanas de Capital Federal y los Estados Provinciales de Buenos Aires, Tierra del Fuego, Corrientes, Córdoba y Santa Fé.-

Aduanas de la provincia de Buenos Aires

En el periodo 1984-1989, un promedio anual del 11% de las importaciones argentinas se registraron en las aduanas de esta provincia. (excluyendo Cap. Fed.).

Los ingresos más significativos se realizaron en las aduanas de San Nicolás, La Plata y Campana.

–San Nicolás

Durante todo el periodo analizado las importaciones por esta aduana fueron, en promedio, el 33% de las importaciones de la provincia. En los años 1984, 1985 y 1989 ocupó el primer lugar en orden de importancia.

Productos	Años					
	1984	1985	1986	1987	1988	1989
	Millones de dólares					
TOTAL	180	133	136	146	197	177
Subtotal	144	111	118	115	170	155
Porcentaje	80%	83%	87%	79%	86%	88%
Hullas	35	51	69	65	74	77
Minerales de hierro	15	33	49	50	46	68
Desbastes y fundición de hierro y acero	94	27	-	-	50	17

Como se observa en el cuadro anterior los tres productos seleccionados concentraron un promedio del 84% de las importaciones de esta aduana.

–La Plata

Representó en promedio el 34% de lo ingresado a esta provincia ocupando el primer lugar en orden de importancia en el periodo 1986-1988. En el siguiente cuadro se observa que las importaciones de desbastes de hierro y acero fueron muy significativas dentro de esta aduana.

Productos	Años					
	1984	1985	1986	1987	1988	1989
	Millones de dólares					
TOTAL	132	74	142	277	356	160
Subtotal	105	66	134	221	311	140
Porcentaje	80%	89%	94%	80%	87%	88%
Desbastes de hierro y acero	92	59	119	122	231	98
Fueloil	-	-	-	85	61	29
Antidetonantes	13	7	15	14	19	13

Se destaca en el cuadro anterior la concentración de las importaciones en los productos seleccionados, ya que ellos representaron un promedio del 86% de lo importado por esta aduana.

–Campana

Ocupa el tercer lugar dentro de la provincia de Buenos Aires representando un promedio del 24% de lo importado. los productos ingresados en esta aduana pertenecen a una gran variedad de rubros, los más representativos son los que se detallan a continuación.

Productos	Años					
	1984	1985	1986	1987	1988	1989
	Millones de dólares					
TOTAL	89	63	84	212	206	120
Subtotal	26	25	30	88	64	42
Porcentaje	29%	40%	36%	42%	31%	35%
Minerales de hierro aglomerado	5	7	6	13	12	13
Minerales de hierro sin aglomerar	14	6	8	6	8	8
Cilindros de laminadora	-	2	4	54	30	7
Productos refractarios	1	1	2	4	4	6
Aditivos	4	6	4	5	6	3
Compuestos heterocíclicos	2	3	6	6	4	5

La representatividad de los productos seleccionados no es muy significativa alcanzando un mínimo del 29% en 1984 y un máximo del 42% en 1987.

114

BIBLIOTECA Manuel Belgrano

CANTIDAD Y VALOR DE LAS EXPORTACIONES POR ADUANAS

Cuadro II

Departamento	1984		1985		1986	
	Toneladas	Miles de dólares	Toneladas	Miles de dólares	Toneladas	Miles de dólares
TOTAL GENERAL	32.298.288	8.107.405	38.628.313	8.396.017	30.272.498	6.852.213
BUENOS AIRES	10.729.831	1.914.168	14.212.803	2.248.067	8.794.799	1.303.496
Bahía Blanca	4.816.183	699.008	5.238.364	664.176	2.664.287	312.490
Campana	174.677	75.294	386.873	133.996	244.325	91.910
La Plata	1.471.016	306.852	3.023.340	542.547	1.162.379	167.286
Mar del Plata	180.671	66.577	333.526	98.089	149.066	106.016
Necochea —Quequén—	2.029.529	437.603	2.412.437	414.304	2.054.193	285.697
San Nicolás	1 570.518	250.404	2.205.333	302 556	2.048.378	280.168
San Pedro	487.237	78.430	612.930	92.399	472.171	59.929
CAPITAL FEDERAL	6.994.212	2.856.465	6.510.273	2.775.824	5.549.570	2.549.257
CORDOBA	40.580	46.392	68.736	54.664	78.510	66.542
CORRIENTES	61.248	25.013	118.860	82.182	183.694	91.383
Corrientes	1.360	722	9.037	44.161	1.176	1.318
Goya	-	-	15	79	-	-
Paso de Los Libres	59.888	24.291	109.808	37.942	182.508	90.045
CHACO	78.131	6.971	55.436	5.811	22.528	4.019
Barranqueras	78.131	6.971	55.436	5.811	22.528	4.019
CHUBUT	201.464	345.214	609.622	394.722	274.697	350.549
Comodoro Rivadavia	2.688	3.166	403.400	68.937	58.485	17.725
Esquel	-	-	-	-	-	-
Puerto Madryn	198.776	342.048	206.222	325.785	216.212	332.824
ENTRE RIOS	354.931	67.265	422.817	66.952	326.003	48.233
Colón	386	478	1.367	829	914	674
Concepción del Uruguay	49.943	21.129	37.864	13.894	16.269	4.714
Concordia	2.310	760	6.269	1.690	4.317	1.442
Diamante	287.255	32.628	360.343	37.005	283.925	25.116
Gualeguaychú	15.037	12.264	16.872	13.514	20.252	15.552
Ibicuy					6	19
Paraná	-	6	102	20	320	716
FORMOSA	13.233	7.056	5.562	2.558	8.478	3.625
Clorinda	7.309	3.878	3.765	1.369	7.166	3.151
Formosa	5.924	3.178	1.797	1.189	1.312	474
JUJUY	39.979	32.824	49.913	38.861	58.203	41.472
Jujuy	38.752	31.785	44.837	36.499	50.823	39.252
La Quiaca	1.227	1.039	5.076	2.362	7.380	2.220

Cuadro III -Continuación.

Departamento	1987		1988		1989	
	Toneladas	Miles de dólares	Toneladas	Miles de dólares	Toneladas	Miles de dólares
TOTAL GENERAL	23.348.026	6.360.160	29.183.274	9.134.812	27.209.481	9.579.271
BUENOS AIRES	6.820.349	1.087.066	7.993.055	1.631.525	8.903.213	1.998.061
Bahía Blanca	2.387.685	274.928	2.697.002	469.920	2.531.371	486.566
Campana	309.345	117.957	370.916	165.172	837.678	264.812
La Plata	507.760	103.552	779.731	171.280	1.247.251	238.584
Mar del Plata	145.952	132.819	114.572	130.350	148.654	145.146
Necochea —Quequén—	1.917.843	225.196	2.401.295	340.746	2.211.030	379.757
San Nicolás	1.369.914	202.496	1.430.903	323.540	1.766.729	447.196
San Pedro	181.850	30.118	198.636	30.518	160.499	35.999
CAPITAL FEDERAL	4.427.540	2.678.934	5.531.710	3.575.359	5.644.089	3.875.370
CORDOBA	100.008	106.109	87.856	125.015	103.144	167.052
CORRIENTES	180.078	79.428	140.045	67.008	263.289	188.117
Corrientes	919	1.636	151	730	5.892	10.084
Goya	-	-	20	17	116	65
Paso de Los Libres	179.159	77.792	139.874	66.261	257.280	177.968
CHACO	30.346	5.637	26.027	7.676	9.947	5.332
Barranqueras	30.346	5.637	26.027	7.676	9.947	5.332
CHUBUT	213.950	337.005	379.530	419.754	409.923	387.917
Comodoro Rivadavia	4.622	6.534	206.962	27.362	254.039	42.356
Esquel	101	150	-	-	524	721
Puerto Madryn	209.227	330.321	172.568	392.391	155.361	344.840
ENTRE RIOS	167.219	32.855	613.325	60.475	693.170	72.164
Colón	799	580	1.244	692	1.142	463
Concepción del Uruguay	30.536	7.493	100.996	5.656	307.900	22.840
Concordia	4.374	1.136	12.039	2.571	8.367	1.622
Diamante	109.352	6.132	303.534	20.783	227.166	10.359
Gualeguaychú	21.233	16.254	194.613	28.867	138.648	29.413
Ibicuy	-	-	-	-	-	-
Paraná	925	1.260	900	1.906	9.946	7.468
FORMOSA	23.223	5.483	6.144	6.587	4.756	4.651
Clorinda	23.081	5.374	5.995	6.543	4.733	4.598
Formosa	142	109	149	43	23	53
JUJUY	34.750	28.703	35.246	36.611	45.446	42.298
Jujuy	29.153	27.923	31.298	34.241	34.275	35.775
La Quiaca	5.597	780	3.948	2.369	11.172	6.523

II

CANTIDAD Y VALOR DE LAS IMPORTACIONES POR ADUANAS

Cuadro IV

Departamento	1984		1985		1986	
	Toneladas	Miles de dólares	Toneladas	Miles de dólares	Toneladas	Miles de dólares
TOTAL GENERAL	8.601.180	4.584.672	7.630.354	3.814.148	9.600.991	4.724.053
BUENOS AIRES	3.026.325	449.024	2.878.739	293.286	3.905.032	380.983
Bahía Blanca	55.804	21.930	49.771	12.436	39.143	9.514
Campana	773.154	89.083	422.980	63.306	531.546	83.684
La Plata	386.689	132.016	221.381	74.436	439.250	141.726
Mar del Plata	63.719	21.096	37.703	9.639	16.087	5.285
Necochea —Quequén—	27.247	5.290	-	-	20.911	4.206
San Nicolás	1.719.616	179.575	2.146.857	133.333	2.857.990	136.466
San Pedro	96	34	47	136	105	102
Tigre	-	-	-	-	-	-
CAPITAL FEDERAL	3.482.009	3.361.465	2.947.464	2.864.347	3.570.170	3.379.578
CORDOBA	26.978	90.744	22.096	88.232	22.174	105.278
CORRIENTES	196.884	146.806	173.957	107.088	232.702	162.469
Corrientes	1.441	1.719	222	1.842	328	3.290
Esquina	-	-	-	-	-	-
Goya	1	216	1	273	1	234
Paso de Los Libres	195.442	144 871	173.734	104.973	232.373	158.945
CHACO	52.683	6.732	17.504	683	38.320	3.550
Barranqueras	52.683	6.732	17.504	683	38.320	3.550
CHUBUT	358.257	95.737	334.999	76.054	379.992	73.475
Comodoro Rivadavia	422	363	835	2.848	2.433	1.854
Puerto Madryn	357.835	95.374	334.164	73.206	377.559	71.621
ENTRE RIOS	14.581	9.785	16.018	9.078	17.949	11.120
Colón	2.850	742	2.644	163	3.712	1.423
Concepción del Uruguay	119	45	1.914	431	-	-
Concordia	3.751	762	1.386	376	2.043	469
Diamante	-	-	39	-	-	-
Gualeguay	-	-	-	-	-	-
Gualeguaychú	5.448	7.328	8.822	7.932	10.883	8.917
Paraná	2.413	908	1.213	176	1.311	311
FORMOSA	48.924	18.574	13.894	6.030	53.112	24.811
Clorinda	48.725	18.311	13.894	5.951	53.024	24.606
Formosa	199	263	-	79	88	205
JUJUY	6.920	1.086	43.773	1.578	45.157	2.891
Jujuy	4.044	624	42.333	1.360	44.770	2.529
La Quiaca	2.876	462	1.440	218	387	362

Cuadro V -Continuación-

Departamento	1987		1988		1989	
	Toneladas	Miles de dólares	Toneladas	Miles de dólares	Toneladas	Miles de dólares
TOTAL GENERAL	**11.729.411**	**5.817.818**	**11.614.474**	**5.321.565**	**9.726.478**	**4.203.194**
BUENOS AIRES	5.387.377	687.111	5.776.613	862.230	4.618.897	512.690
Bahía Blanca	154.505	46.945	257.932	84.415	96.718	42.088
Campana	917.657	211.563	858.403	205.697	668.765	119.835
La Plata	1.351.776	277.174	1.424.949	356.050	499.380	160.301
Mar del Plata	28.904	5.582	5.226	5.488	944	2.806
Necochea –Quequén–	93	1	69.648	13.180	44.419	10.704
San Nicolás	2.934.417	145.736	3.160.447	197.365	3.308.664	176.937
San Pedro	22	68	8	35	6	18
Tigre	3	42	-	-	-	-
CAPITAL FEDERAL	4.178.087	3.935.173	3.612.417	3.337.174	3.056.328	2.751.594
CORDOBA	23.917	119.682	16.874	99.637	20.739	109.251
CORRIENTES	235.403	223.586	207.852	247.022	182.928	195.774
Corrientes	2.610	5.967	1.793	8.758	6.457	13.653
Esquina	30	71	-	-	-	-
Goya	27	113	191	936	140	603
Paso de Los Libres	232.736	217.435	205.868	237.328	176.330	181.518
CHACO	46.745	4.398	49.098	1.605	68.274	2.733
Barranqueras	46.745	4.398	49.098	1.605	68.274	2.733
CHUBUT	256.910	62.956	292.356	75.369	317.171	114.968
Comodoro Rivadavia	2.723	1.897	3.553	4.158	2.418	2.275
Esquel	-	-	-	-	146	20
Puerto Madryn	254.187	61.059	288.803	71.211	314.607	112.673
ENTRE RIOS	38.450	22.943	12.926	6.938	12.929	5.864
Colón	22.849	11.702	1.300	332	630	225
Concepción del Uruguay	-	-	-	-	-	-
Concordia	1.852	605	1.387	814	933	674
Diamante	-	-	-	-	9	96
Gualeguay	4	65	-	-	-	-
Gualeguaychú	11.996	9.849	9.068	5.155	10.462	4.601
Paraná	1.749	722	1.171	637	895	269
FORMOSA	122.435	28.785	156.369	5.689	49.727	14.382
Clorinda	122.435	28.785	156.369	5.689	49.727	14.382
Formosa	-	-	-	-	-	-
JUJUY	92.174	3.744	114.742	4.721	125.213	6.765
Jujuy	90.527	3.365	113.249	3.940	124.961	5.936
La Quiaca	1.647	379	1.493	781	252	829

Cuadro VI -Continuación-

Departamento	1984		1985		1986	
	Toneladas	Miles de dólares	Toneladas	Miles de dólares	Toneladas	Miles de dólares
LA RIOJA	516	2.251	499	1.589	972	3.381
MENDOZA	28.258	11.895	33.510	14.037	55.369	31.010
Mendoza	27.771	11.694	33.360	13.990	55.112	30.795
San Rafael	487	201	150	47	257	215
MISIONES	46.272	21.666	21.250	11.532	31.134	18.247
Bernardo de Irigoyen	-	-	-	-	-	-
Iguazú	23.316	11.410	15.077	7.456	20.508	13.116
Posadas	21.900	9.576	5.360	3.775	10.380	4.669
San Javier	1.056	680	813	301	246	462
NEUQUEN	19.703	5.680	13.424	4.812	12.120	3.804
Neuquén	10.308	3.689	9.415	2.746	8.740	2.822
San Martín de Los Andes	9.395	1.991	4.009	2.066	3.380	982
RIO NEGRO	82.178	13.468	56.836	8.985	89.481	14.896
Bariloche	82.178	13.468	56.836	8.985	89.380	13.762
San Antonio Oeste	-	-	-	-	101	1.134
SALTA	15.154	1.978	6.608	6.100	7.310	2.198
Pocitos	6.805	988	3.989	4.218	4.766	1.764
Salta	4.069	971	2.619	1.882	2.544	434
Orán	4.280	19	-	-	-	-
SAN JUAN	252	744	1.257	2.765	2.825	6.095
SANTA CRUZ	1.935	5.299	1.819	6.258	4.114	1.262
Puerto Deseado	877	5.011	621	5.280	-	-
Río Gallegos	1.055	214	1.194	899	4.114	1.262
Santa Cruz	3	74	4	79	-	-
SANTA FE	1.136.299	101.478	1.006.913	78.549	1.072.813	86.153
Rosario	117.232	21.444	92.767	17.706	109.521	24.516
Santa Fe	5.158	16.086	4.488	13.772	4.135	7.512
San Lorenzo	32.750	24.064	29.518	15.594	25.086	19.627
Villa Constitución	981.159	39.884	880.140	31.477	934.071	34.498
TIERRA DEL FUEGO, ANTARTIDA E ISLAS DEL ATLANTICO SUR	27.709	205.284	25.125	208.187	44.835	385.569
Río Grande	17.187	140.168	12.779	126.996	18.200	208.820
Ushuaía	10.522	65.116	12.346	81.191	26.635	176.749
TUCUMAN	29.343	34.979	14.670	24.960	15.412	27.286

Cuadro VII - Final-

Departamento	1987		1988		1989	
	Toneladas	Miles de dólares	Toneladas	Miles de dólares	Toneladas	Miles de dólares
LA RIOJA	1.007	5.981	1.178	12.165	969	13.839
MENDOZA	62.297	50.194	57.093	49.982	43.746	33.036
Mendoza	61.608	49.839	53.044	47.188	43.651	32.735
San Rafael	689	355	4.049	2.794	94	301
MISIONES	32.048	25.864	38.505	39.699	22.760	19.030
Bernardo de Irigoyen	-	-	31	30	644	185
Iguazú	15.052	16.855	8.866	7.043	6.427	5.319
Posadas	15.686	7.478	23.332	24.087	14.532	12.840
San Javier	1.310	1.531	6.276	8.539	1.157	686
NEUQUEN	9.728	5.388	7.152	3.502	5.432	5.603
Neuquén	9.204	5.386	7.152	3.502	3.630	5.290
San Martín de Los Andes	524	2	-	-	1.802	312
RIO NEGRO	86.060	20.808	49.366	15.551	17.716	6.687
Bariloche	85.100	16.065	49.091	13.122	17.347	5.437
San Antonio Oeste	960	4.743	275	2.429	369	1.250
SALTA	7.893	5.060	5.993	2.631	6.302	2.161
Pocitos	2.875	4.212	1.360	465	2.142	1.255
Salta	3.218	823	2.633	2.138	1.159	859
Orán	1.800	25	2.000	28	3.000	47
SAN JUAN	3.044	5.352	729	4.380	905	6.506
SANTA CRUZ	757	6.107	6.400	21.442	2.371	8.352
Puerto Deseado	286	4.968	2.740	14.639	1.629	5.379
Río Gallegos	151	130	2.108	374	-	-
Santa Cruz	320	1.009	1.552	6.429	742	2.973
SANTA FE	1.065.123	104.023	1.122.081	92.575	1.132.904	107.329
Rosario	107.180	29.471	75.862	24.592	25.514	21.884
Santa Fe	3.575	5.567	1.652	3.604	752	2.036
San Lorenzo	62.635	36.550	69.713	23.108	71.718	36.996
Villa Constitución	891.733	32.435	974.854	41.271	1.034.920	46.413
TIERRA DEL FUEGO, ANTARTIDA E ISLAS DEL ATLANTICO SUR	51.201	452.153	71.425	410.434	32.295	256.693
Río Grande	15.854	204.664	49.986	237.198	14.124	123.476
Ushuaía	35.347	247.489	21.439	173.236	18.171	133.217
TUCUMAN	28.755	48.511	15.305	28.819	8.873	29.938

III

A N E X O S

a).-Ley Nacional 23.101 "Promoción de Exportaciones"
b).-Instrumentos de Promoción de Exportaciones.
c).-Decreto Nacional nº 1868/91 "Zonas Francas"
d).-Estadísticas ad-hoc: 1.-Internacional
2.-Nacional

121

LEY 23.101*

PROMOCIÓN DE EXPORTACIONES

CAPÍTULO I

OBJETIVOS

Art. 1.- La instrumentación y ejecución de la política comercial de exportación propenderá al logro de los siguientes objetivos:

a) expandir las exportaciones argentinas de bienes y servicios dentro del marco de una política permanente y estable, y procurando que los beneficios de los regímenes de promoción favorezcan primordialmente a quienes realicen esfuerzos para el incremento continuado de sus exportaciones;

b) diversificar la oferta de bienes y servicios destinados a los mercados del exterior, favoreciendo el crecimiento de las exportaciones con mayor valor agregado y de aquellas para las cuales el acceso al mercado externo les posibilite alcanzar niveles decrecientes de costos, procurando una mayor utilización de materias primas y tecnología local y auspiciando la incorporación de la empresa de capital nacional, especialmente las pequeñas y medianas, al mercado internacional;

c) ampliar y profundizar la presencia de la República Argentina en los mercados internacionales, conservando e intensificando las relaciones comerciales existentes con los que le son tradicionales, recuperando mercados perdidos, impulsando aquellos con los que hasta el presente el intercambio ha alcanzado niveles incipientes y propiciando la presencia argentina en nuevos mercados;

d) velar por el prestigio del comercio exterior del país a través de un adecuado contralor de las actividades de exportación;

e) facilitar al fabricante o al exportador de bienes y servicios a ser exportados el acceso a los insumos, bienes de capital, o partes de origen importado que sean necesarios para sostener el ritmo de la actividad exportadora cuando razones de desarrollo tecnológico o de abastecimiento o circunstancias de mercado así lo determinen;

f) asegurar que los beneficios que se deriven del comercio exterior alcancen a las economías regionales y a todas las provincias del país;

* Esta ley, conocida como de "promoción de exportaciones", reemplaza en la presente edición al texto incluído en la primera, redactado a fines de 1983.

g) promover y fomentar la creación de compañías para el comercio exterior, públicas, mixtas y privadas; y la formación de consorcios y cooperativas de exportación, con el objeto de incrementar, particularmente, la participación de las empresas de capital nacional en los mercados externos, sin perjuicio de afianzar, las ya existentes;

h) impulsar la integración y la cooperación económica y financiera, preferentemente con los países latinoamericanos y otros países en vías de desarrollo, propiciando los acuerdos bilaterales, multilaterales y el incremento del intercambio compensado y otras modalidades de comercialización internacional;

i) estimular la formación de emprendimientos conjuntos, empresas binacionales o multinacionales, privadas, estatales y mixtas, en sus distintas variantes tendiendo a facilitar la colocación de bienes y tecnología nacional en el mercado de la empresa asociada y/o en terceros mercados, e incorporar tecnología y financiación no disponibles en el país.

CAPÍTULO II

PROMOCIÓN A LAS EXPORTACIONES

Art. 2.- Facúltase al Poder Ejecutivo nacional dentro de los límites de la presente ley para proceder a la instrumentación y aplicación de regímenes conforme a los objetivos determinados en el art. 1.

Art. 3.- Sustitúyese el inc. *d* del art. 27 de la ley del Impuesto al Valor Agregado (texto ordenado en 1977 y sus modificaciones) por el siguiente:

"Las exportaciones. Los exportadores podrán computar contra el impuesto que en definitiva adeudaren por sus operaciones gravadas, el impuesto que por bienes, servicios y locaciones que destinaren efectivamente a la exportación o a cualquier etapa en la consecución de la misma les hubiera sido facturado, en la medida en que el mismo esté vinculado a la exportación y no hubiera sido ya utilizado por el responsable, así como su pertinente actualización calculada mediante la aplicación del índice de precios al por mayor, nivel general, referido al mes de facturación de acuerdo con lo que indique la tabla elaborada por la Dirección General Impositiva para el mes en que se efectúe la exportación.

"Si la compensación permitida en este inciso no pudiera realizarse o sólo se efectuara parcialmente, el saldo resultante les será acreditado contra otros impuestos a cargo de la Dirección General Impositiva, o en su defecto les será reintegrado".

Art. 4.- Incorpórase como último párrafo del art. 81 de la ley de Impuestos Internos (texto ordenado en 1979 y sus modificaciones) el siguiente:

"Las devoluciones y acreditaciones previstas en este artículo serán actualizadas por el Poder Ejecutivo nacional en forma tal que se garantice al exportador la restitución en términos reales del impuesto abonado".

Art. 5.- Las devoluciones y acreditaciones previstas en el inc. *d* del art. 27 de la ley del Impuesto al Valor Agregado, y en el art. 81 de la ley de

Impuestos Internos, con las modificaciones introducidas por los artículos anteriores, subsistirán mientras éstos se encuentren vigentes o en cualquier otro tributo que los sustituya.

Art. 6.- Las exportaciones podrán gozar del régimen de *draw-back* previsto en la ley 22.415, en cuanto los productos encuadren en su ámbito y no se acojan al régimen de reembolsos.

Las facultades y funciones previstas en el apart. 1 del art. 821 de la mencionada ley, serán ejercidas por la autoridad de aplicación de la presente ley.

Art. 7.- Admisión temporaria. Las exportaciones podrán gozar del régimen especial de admisión temporaria de bienes o servicios a ser incorporados en bienes o servicios que exporten. Esta admisión temporaria se efectuará sujeta al régimen y a las condiciones que establezca el Poder Ejecutivo nacional en base al requisito de ser bienes que incorporen perfeccionamiento industrial, o que resulten imprescindibles para mejorar las posibilidades de exportación de bienes de producción nacional.

DE CARÁCTER PARTICULAR

Art. 8.- Se entenderá por bienes y servicios promocionados aquellos que se encuentren incluídos en las listas que se confeccionan a tal efecto por el Poder Ejecutivo nacional, y que deberán contemplar alguno de los siguientes principios:

a) según la mayor capacidad para alcanzar niveles decrecientes de costo y su efecto multiplicador sobre el conjunto de la estructura productiva a través del acceso al mercado externo;

b) según mayor valor agregado;

c) según la gravitación regional de los productos, atendiendo a las condiciones globales de su producción y/o elaboración;

d) según la importancia de los productos promocionados para diversificar e integrar la estructura productiva de las economías regionales.

Art. 9.- La exportación de los bienes y servicios promocionados gozará de uno o más de los siguientes regímenes, en relación al cumplimiento de los objetivos del art. 1:

a) 1) reembolso impositivo consistente en la restitución, total o parcial, de los importes que se hubieren pagado en concepto de tributos interiores en todas las etapas de producción y comercialización, así como los que se hubieren podido pagar en concepto de los tributos por la previa importación para uso y/o consumo a título oneroso de toda o parte de la mercadería que se exportare para consumo a título oneroso o bien por los servicios que se hubieren prestado con relación a la mencionada mercadería; o

2) reintegro impositivo consistente en la restitución total o parcial, de los importes que se hubieren pagado en concepto de tributos interiores, en todas las etapas de producción y comercialización, por los bienes y servicios que se exportaren para uso y/o consumo a título oneroso y por los servicios que se hubieren prestado con relación a los mismos.

Los tributos interiores a que se refiere este apartado no incluyen a los tributos que hubieran podido gravar la importación para consumo.

A los reembolsos y reintegros indicados en los apartados 1 y 2 les será aplicable el régimen previsto en el capítulo 2 de la sección X de la ley 22.415, salvo lo referente al tipo de cambio, el que, a los fines de su liquidación, será el correspondiente al tipo de cambio comprador del Banco de la Nación Argentina del cierre del día hábil anterior al del pago efectivo.

b) una deducción en el balance impositivo del impuesto a las ganancias del exportador de hasta el 10% del valor FOB de los bienes y servicios exportados;

c) prefinanciación y financiación consistente en el apoyo crediticio a las distintas etapas de la producción y/o comercialización de las operaciones de exportación de bienes y servicios, sin que este apoyo afecte a las líneas crediticias ordinarias del exportador. Para las exportaciones de bienes de capital y plantas llave en mano, los bienes objeto de las mismas y la documentación fehaciente que las respalden se podrán considerar requisitos suficientes para garantizar el otorgamiento de estos créditos;

d) posfinanciación en condiciones especiales y montos relacionados con el valor FOB de los bienes y servicios exportados, con el propósito de asegurar la continuidad de las corrientes exportadoras;

e) financiación a los proyectos de asistencia técnica o tecnológica en estudios de prefactibilidad y factibilidad para su presentación en licitaciones internacionales.

Art. 10.- Facúltase al Poder Ejecutivo nacional para establecer sistemas de control que permitan determinar en forma fehaciente el uso de los medios asignados por el art. 9, incs. *c*, *d* y *e*, para el financiamiento de las distintas etapas de las operaciones de exportación.

Art. 11.- El Poder Ejecutivo, a través del órgano de aplicación, establecerá las condiciones de aplicabilidad de las normas referidas a las exportaciones promocionadas que se realicen bajo modalidades de comercio exterior que no impliquen movimiento efectivo de divisas.

DE ECONOMÍAS REGIONALES

Art. 12.- El Poder Ejecutivo nacional tenderá a promover con el máximo nivel de beneficios impositivos que acuerda la presente ley, a las exportaciones de economías regionales que cumplan con los principios establecidos en el art. 8.

Asimismo arbitrará las medidas necesarias de promoción de exportaciones, tomando en cuenta la localización geográfica de la producción de los bienes y el uso de los puertos o aduanas más cercanos a la zona de producción y de los sistemas de trasporte que a tales fines determine.

Art. 13.- El Poder Ejecutivo nacional establecerá regímenes de promoción especial para exportaciones que tengan en cuenta exclusivamente productos originarios de economías regionales.

DE CARÁCTER ESPECÍFICO

Art. 14.- Las exportaciones, siempre y cuando cumplan con los requisitos que establezca el Poder Ejecutivo nacional en la reglamentación a dictarse, podrán acogerse a los regímenes que a continuación se mencionan según corresponda:

a) la exportación de plantas completas, llave en mano y obras de ingeniería destinadas a la prestación de servicios, que se vendan bajo la modalidad de "contratos de exportación" gozarán de un reembolso adicional a los estímulos definidos en el art. 9, inc. a, aparts. 1 y 2, de la presente ley, en función de la incidencia porcentual de los bienes y servicios de procedencia nacional sobre el valor de dichas exportaciones;

b) las exportaciones de servicios y tecnología de origen nacional gozarán de reembolsos porcentuales y eventualmente de otras medidas de promoción, conforme al monto contractual;

c) los contratos de operaciones de exportación celebrados en firme, las presentaciones de ofertas en licitaciones internacionales y las exportaciones por adjudicaciones en concurso de precios de carácter público internacional, durante su vigencia total tendrán garantizados los desfasajes que puedan producirse ante las eventuales variaciones de los precios internos e internacionales en relación con el tipo de cambio aplicable a la exportación y a los estímulos definidos en el art. 9, inc. a, aparts. 1 y 2, de la presente ley. Este ajuste compensador contemplará las variaciones de tipo de cambio, alícuotas de reembolsos o reintegros vigentes a la fecha de inscripción del contrato, licitación internacional o concurso de precios, y a la fecha de embarque, conjuntamente con la variación de los precios internos e internacionales entre los momentos señalados;

d) el sistema de asistencia financiera promocional de exportaciones y/o importaciones de insumos destinados a incorporarse a exportaciones promocionadas, en el caso de los contratos de exportación registrados, se ajustará como mínimo, durante su vigencia total, a las condiciones imperantes a la fecha de registro de los mismos, de conformidad con los alcances y la norma principal que a tales fines instrumente el Poder Ejecutivo nacional;

e) para las exportaciones que se realicen a mercados no atendidos regularmente por líneas de trasporte, o cuando a pesar de su existencia los costos de los fletes en relación a países competidores para un mismo producto e igual distancia de mercado resultaren superiores, el Poder Ejecutivo nacional podrá instrumentar un sistema que contemple la situación particular de los fletes.

También se contemplarán en este régimen, las vías de trasporte no habituales que agilicen la salida de los productos regionales al exterior y que favorezcan la integración física con los países limítrofes.

Los fondos destinados a atender los presentes beneficios serán provistos con cargo a rentas generales.

f) un reembolso especial por venta a nuevos mercados, de acuerdo con los porcentajes y condiciones que fije el Poder Ejecutivo.

Art. 15.- Facúltase al Poder Ejecutivo nacional para promover la instalación y utilización de depósitos en el territorio nacional y especialmente en

países extranjeros cuando, por sus características, se consideren de interés a fin de facilitar la colocación y/o distribución de los productos argentinos en los mercados o áreas de influencia. Para esta finalidad se estimulará el uso de instalaciones y equipos de origen nacional.

Art. 16.- El Poder Ejecutivo nacional podrá otorgar a propuesta del Ministerio de Economía un incremento en los beneficios establecidos en la presente ley, a las empresas productoras y/o exportadoras de bienes y servicios promocionados que presenten y comprometan el cumplimiento de programas especiales de exportación y/o concreten incrementos de sus exportaciones, como consecuencia de la realización de programas de inversión.

SEGURO DE CRÉDITO A LA EXPORTACIÓN

Art. 17.- Bajo la denominación de Seguro de Crédito a la Exportación funcionará el sistema instituído por cuenta del Estado nacional para la cobertura de los denominados riesgos extraordinarios (políticos, catastróficos, de intrasferencia, etc.) y cualesquiera otros que pudiendo afectar el cobro de los créditos derivados de operaciones de exportación no sean cubiertos por entidades aseguradoras nacionales constituídas en el país.

Art. 18.- La Secretaría de Comercio, en su calidad de autoridad de aplicación, intervendrá en todo lo relativo a la implementación, desarrollo y control del presente régimen.

Art. 19 — La política aseguradora derivada de la aplicación de este sistema propenderá a facilitar el ingreso de los bienes y servicios argentinos en los mercados del exterior en condiciones de competencia con relación a los plazos y condiciones de pago. Asimismo, posibilitará el acceso a los mecanismos de financiamiento promocional y en tal sentido la autoridad de aplicación coordinará con los organismos pertinentes los aspectos operativos tendientes a la efectiva consecución de tal fin.

FACULTADES DE VERIFICACIÓN

Art. 20 — El Poder Ejecutivo nacional estará facultado para establecer las condiciones y formas de control de calidad de los bienes y servicios exportados, para asegurar que los mismos satisfagan las exigencias de los mercados del exterior.

Art. 21 — El Poder Ejecutivo nacional estará facultado para establecer controles en cuanto a que los bienes y servicios que se exporten cumplan las especificaciones establecidas según documentación fehaciente de exportación.

Art. 22 — Créase el Fondo Nacional de Promoción de Exportaciones con el objeto de apoyar y estimular al sector exportador de capital nacional, preferentemente de la pequeña y mediana empresa, y de las economías regiona-

les, mediante acciones de promoción comercial. Este Fondo será administrado por la autoridad de aplicación de la presente ley.

Art. 23 — Facúltase al Poder Ejecutivo nacional a imponer un gravamen de hasta el 0,50% sobre las importaciones realizadas bajo el régimen de destinación definitiva de importación para consumo, con destino al Fondo creado en el artículo anterior.

La aplicación, percepción y fiscalización de este impuesto estará a cargo de la Administración Nacional de Aduanas, rigiendo las previsiones del art. 761 de la ley 22.415 y su recaudación será acreditada diariamente a través del Banco de la Nación Argentina en una cuenta especial denominada "Fondo Nacional de Promoción de Exportaciones", a la orden de la Secretaría de Comercio.

Cuando no existan fondos comprometidos, éstos podrán ser trasferidos a rentas generales, por disposición del secretario de Comercio.

Art. 24 — El Poder Ejecutivo nacional incluirá anualmente en el presupuesto general de gastos y cálculo de recursos de la administración nacional, el cálculo de recursos con la estimación de lo producido por el Fondo creado por el art. 22 de la presente ley y las autorizaciones para las erogaciones.

DISPOSICIONES GENERALES

Art. 25 — Los reembolsos y/o reintegros a otorgarse en virtud de regímenes promocionales que se sancionen en lo sucesivo, no serán acumulativos a los concedidos con fundamento en la presente ley ni en las facultades acordadas al Poder Ejecutivo nacional por la ley 22.415.

Art. 26 — Todas las aduanas del país deberán acomodar su funcionamiento a los efectos de facilitar el cumplimiento del objetivo de la presente ley.

Art. 27 — Hasta tanto el Poder Ejecutivo nacional dictare la reglamentación de la presente ley serán de aplicación las normas legales vigentes, en la medida que no resultaren incompatibles con ella.

Art. 28 — La Secretaría de Comercio en su calidad de autoridad de aplicación intervendrá en todo lo relativo a la implementación y aplicación de la presente ley.

Art. 29 — La presente ley regirá a partir del día siguiente al de su publicación en el "Boletín Oficial"; no obstante, las modificaciones introducidas por los arts. 3 y 4 producirán efectos respecto de exportaciones cuya solicitud de destinación de exportación para consumo se registre a partir de dicha fecha.

DISPOSICIÓN TRANSITORIA

Art. 30 — Facúltase al Poder Ejecutivo nacional, hasta tanto sea apro-

bado el presupuesto general de gastos y cálculo de recursos de la administración nacional para el ejercicio del año 1985, a autorizar las erogaciones necesarias para dar cumplimiento a lo dispuesto por la presente ley. El monto máximo a autorizar no podrá exceder el total de los recursos percibidos por la aplicación del art. 23.

Art. 31 — (*De forma.*)

I

EMPRESAS COMERCIALIZADORAS O COMPAÑÍAS DE INTERCAMBIO INTERNACIONAL (*TRADING COMPANIES*)

1. Generalidades.

Las empresas comercializadoras, conocidas comúnmente como *trading companies*, son empresas comerciales exportadoras y/o importadoras que tienen por objeto la compra y venta para los mercados externos de bienes y servicios por cuenta de terceros.

Pueden, igualmente, ser de carácter nacional o multinacional, dependiendo de la conformación de su capital. También con carácter complementario por ser parte necesaria de su actividad, pueden comercializar bienes o productos propios.

Cabe notar, que usualmente la comercializadora es una empresa comercial con economía propia, en contraste con otros tipos de agrupaciones que por su naturaleza deben limitarse a actuar en razón de las empresas productoras que la constituyen; la empresa comercializadora, con amplitud en el espacio mundial, tiene su acción orientada hacia las actividades que le sean más rentables, sin limitación en principio en cuanto al origen de los bienes a comercializar, los cuales, como aclaramos, pueden ser propios o de terceros, según resulte más conveniente.

Las empresas comercializadoras tienen sus actividades ligadas al mercado interno e internacional, operando en la comercialización nacional así como en las importaciones y exportaciones en cualquier país. Por esto, deben disponer de sistemas de información altamente especializados, que permitan verificar las mejores oportunidades de compra y venta de diversos productos, donde ellas se presenten y en condiciones satisfactorias para las partes interesadas.

Las empresas de este tipo pueden ser generales, especializadas o simplemente en ciertos casos formadas por un grupo específico de productores. Aquellas de naturaleza general, actúan en diversas ramas de negocios, además de exportación e importación; si son de primer nivel por lo general están en capacidad de desarrollar producciones complementarias, en el exterior, invierten fuera del país en sofisticados mecanismos de venta, compra o arriendo y en muchas oportunidades realizan operaciones y transacciones comerciales en áreas completamente ajenas a su país de origen.

Por otra parte, estas empresas pueden estar constituídas como dijimos, por un grupo cerrado de productores, y en este caso su objetivo primordial es atender las necesidades de exportación de sus socios, así como el abastecimiento de materias primas e insumos que se requieren para llevar a cabo su producción y atienden negocios de empresas no vinculadas, preferencialmente cuando éstas constituyen un complemento adecuado a sus tareas propias. Lo que las diferencia fundamentalmente de los consorcios es la muy importante inversión financiera que les exige la ley para cumplir las exigencias que les impone su actuación y el reconocimiento como tales.

Igualmente, es muy frecuente encontrar empresas comercializadoras abiertas pero expecializadas en un cierto sector de actividad comercial; es decir, atienden operaciones de exportación e importación de una sola rama productiva, con el objeto de lograr una mayor eficiencia en sus operaciones; esta especialización puede conducir, evidentemente, a un abaratamiento de costos operativos, al alcanzar sus objetivos mediante un número relativamente reducido de especialistas en mercados, que constituyen por lo general el mayor componente de costo relativo de estas empresas.

Desde una perspectiva financiera, estas empresas gozan de algunas ventajas por parte de fuentes de recursos monetarios, tanto nacionales como internacionales, pues éstos aprecian por lo general poco arriesgadas sus inversiones y buena a la generación de cartera en estas empresas. Parten del principio,

---

Aunque todavía el 80% de sus negocios está en el área primitiva, ha extendido las mismas a los Estados Unidos, el Medio Oriente y África del Sur.

A esta fecha *Jardine* cuenta con 39.000 accionistas dentro de su grupo —excluídas las compañías asociadas— y emplea en forma permanente a 43.000 personas distribuídas en 20 países, continuando con su expansión.

por la amplitud espacial en que las empresas comercializadoras actúan, de que todos los mercados no entran en depresión o crisis al mismo tiempo, habiendo posibilidad de compensaciones sistemáticas.

No existen márgenes fijos para orientar las operaciones de estas empresas. A veces los márgenes son altos, si los productos así lo toleran, pero en la mayoría de los casos los márgenes de operación son relativamente bajos, estando el éxito mucho más vinculado a la escala y continuidad de las operaciones y no tanto a resultados de gran importancia en operaciones esporádicas.

Igualmente, los beneficios están correlacionados con la metodología del trabajo, con la agilidad de las operaciones de compra y venta, y con los términos de la financiación. La participación en los negocios de trasportes, de seguros, de almacenaje, y la actuación de las sucursales estratégicamente localizadas en el extranjero, también son factores favorables de éxito operativo.

La organización de las *trading* no está sujeta necesariamente a características específicas, siendo formulada en razón de su operacionalidad, en departamentos o divisiones por productos y/o por áreas geográficas, conforme resulte más conveniente. Por la amplitud geográfica de actuación, resulta importante prever la descentralización de decisiones y una cierta especialización lingüística, a la par de planeamientos a corto, mediano y largo plazo, así como también el desarrollo de posiciones de producción, que tienden a resguardar a la empresa contra posibles descrciones de proveedores tradicionales.

Por otra parte, la especialización que van logrando progresivamente estas empresas comercializadoras, y el hecho de que cada día están en capacidad de manejar mayor y mejor información sobre los mercados externos, llegan realmente a minimizar los riesgos de la operación con dichas empresas, y redundan lógicamente en beneficios indudables de costos para los empresarios que utilizan sus servicios.

En contraste, puede anotarse tal vez como la principal dificultad relativa, el hecho de que se requiere un fuerte respaldo económico, no sólo en la etapa de despegue, sino más aun con el trascurso del tiempo, en que se hace indispensable contar con recursos para cubrir oportunamente todas las operaciones de compraventa.

Por otra parte, las comercializadoras se ven diariamente frente al peligro de abandono o deserciones de sus proveedores que podrían calificarse como tradicionales; es frecuente el caso de fabricantes que, una vez establecido un mercado externo por conducto de una de estas empresas, decide actuar por sí solo, causando serios perjuicios a la comercializadora, después de haber invertido ésta tiempo y considerables recursos en la apertura de mercados externos.

Para solucionar parte de estos inconvenientes, resulta una solución frecuente y aconsejable aquella en que la empresa comercializadora forma parte de un *holding* en que puedan *combinar la seguridad de un adecuado financiamiento, con la producción y provisión propia de artículos exportables*; sin embargo, no debe pensarse que ésta es la única alternativa, toda vez que la experiencia demuestra que muchas de las empresas que actúan independientemente también han alcanzado éxito considerable.

Algunos autores creen diferenciar, en el orden mundial, tres sistemas bajo los cuales operan las *trading*. Ellos son el japonés, el inglés y el holandés.

Las *trading* japonesas ofrecen la más peculiar de las características porque, además de su tremendo desarrollo y de una dinámica a toda prueba, sus actividades en el orden interno superan en más del 50% el total de sus operaciones.

Las *trading* inglesas, cuya denominación más difundida es la de *export houses*, se especializan casi exclusivamente en la exportación y no incursionan para nada en el mercado interno, no estando emparentadas con el mundo de la banca ni de las grandes industrias.

Por el contrario, la relación fue inversa ya que son muchos los casos en que por haber abierto mercado posibilitaron la creación de varios bancos comerciales.

Las compañías inglesas actúan vinculando a terceros países entre sí, actuando por cuenta propia o de terceros en calidad de agentes. En la práctica, la intervención de las *trading* representa más del 20% del total de la exportación del Reino Unido.

En Holanda, país que es uno de los pioneros en la actividad, las *trading* se dividen el mercado por sectores-líneas de producto, y su estructura orgánica es notablemente más sencilla.

Finalmente, creemos que la comercializadora es, de las cuatro categorías alternativas y principales la forma más conoci-

da de organización para la exportación conjunta; en particular debido al éxito que han alcanzado las empresas comercializadoras japonesas (véase en el apéndice la fundamentación de la ley 97-802 de los Estados Unidos).

2. Principales ventajas y desventajas.

La exportación de una empresa a través de una comercializadora le proporciona entre otras, las siguientes ventajas de orden interno:

a) Permite al productor dedicarse casi por entero al proceso de producción, dejando al cuidado de la comercializadora los problemas específicos del *marketing* externo, no resultando necesario tampoco, en este caso, el esfuerzo mancomunado de numerosos productores para llegar con sus productos a algún mercado mundial.

b) El incremento de las ventas del fabricante, que va directamente asociado a un aumento de su nivel de producción, le permite utilizar plenamente la capacidad instalada, con la consiguiente reducción de los costos fijos unitarios y sus beneficios indirectos hacia la comercialización interna.

c) El mayor caudal de ventas a los mercados externos ayuda al productor a reducir los costos generales de comercialización dentro del país, tales como los de publicidad, descuentos, comisiones, gastos administrativos, etc.

d) Contribuye a reducir los costos financieros al reducirse los plazos de salida de la mercadería y de las cobranzas.

Además, existe un conjunto de ventajas que indudablemente también tienen relación con factores internos de las empresas, pero que provienen de aspectos relativos a la comercialización externa de los productos; ellos son principalmente:

a) Elimina, para la empresa, los gastos derivados del mantenimiento de un sector técnico-administrativo dedicado a la exportación, integrado por especialistas con buen nivel salarial.

b) Le permite desentenderse por completo de todos los gastos e inversión de tiempo en providencias burocráticas para el despacho de mercaderías.

c) No requiere la designación de agentes, representantes o la instalación de filiales en el exterior.

d) Goza de los beneficios que le corresponden, en forma directa o indirecta de acuerdo a los mecanismos de promoción de exportaciones vigentes, que pueden ser reintegros, deducciones impositivas, etc.

e) Tiene oportunidad de participar en ferias y exposiciones, bajo la organización de la comercializadora, reduciéndose sus costos al mínimo.

f) La especialización que van logrando estas empresas comercializadoras, y el hecho de que cada día están en capacidad de manejar mayor y mejor información sobre los mercados externos les permite minimizar los riesgos de sus operaciones, lo cual se traduce lógicamente en beneficios de costos para los empresarios que utilizan sus servicios.

g) La comercializadora es una alternativa *para la exportación de productos con marca de compleja comercialización*, o productos que respondan a especificaciones definidas por el cliente.

h) La gran capacidad operativa y financiera que posee una comercializadora, así como la disponibilidad en algunos casos de medios de comunicación, trasporte y depósitos, *les permite constituírse en un verdadero sistema de comercio internacional.*

i) La amplia gama de actividades y servicios relacionados con el comercio exterior que pueden ofrecer las comercializadoras, tales como representación, financiación, control de calidad, etc., sumado al hecho de la mayor facilidad para lograr la diversificación de mercados y productos, las convierte en una interesante alternativa para desarrollar líneas de exportación para productores de variados tamaños de producción.

j) Gozan de disposición y trato favorable para obtener créditos y financiación bancaria, ya que son empresas de gran dimensión que tienen asociado un escaso riesgo por la diversificación de mercados que las caracteriza. Esto último redunda, indudablemente, en una mayor seguridad para las empresas que exportan a través de la comercializadora.

Las principales desventajas de esta organización exportadora son:

a) Requieren un fuerte respaldo económico, no sólo en la

etapa del despegue, sino también en etapas superiores de desarrollo en que se hace indispensable contar con recursos suficientes para cubrir oportunamente todas las operaciones de compraventa que se efectúan en gran escala.

Es importante destacar que esto provoca muchas veces el establecimiento de estas empresas con capitales extranjeros, y no con la participación de capitales locales o provenientes de países de nivel de desarrollo similar, riesgo que es necesario mantener bajo control oficial en estos países.

b) La comercializadora aisla al productor del mercado exterior ya que éste está obligado a delegar todas sus responsabilidades en materia de comercio exterior a dicha empresa exportadora, si bien recibe informaciones sobre aspectos de diseño y de calidad.

I. CAMPO DE ACTIVIDADES

1. Bajo la forma de sociedades anónimas se autoriza la constitución de empresas dedicadas específicamente al comercio internacional.

La modalidad operativa de estas empresas consiste esencialmente en

a) adquirir bienes o servicios en el país, para exportar;
b) adquirir bienes o servicios en el exterior, para importar;
c) actuar como agente comprador o vendedor de mercaderías o servicios para terceros, en nuestro país o en el exterior, sin adquirir, a cambio de una comisión en ambos sentidos;
d) planificar, efectuar y actuar de intermediaria en operaciones de intercambios compensados en sus variadas modalidades;
e) toda otra intervención operativa o asesora en materia de comercialización internacional.

II. REQUISITOS LEGALES

2. Para tener derecho a emplear la denominación de *compañía de comercio internacional,* la ley exige el cumplimiento de los siguientes requisitos mínimos:

a) aprobación de los estatutos respectivos;
b) patrimonio no inferior al equivalente a ₳ 1.000.000;
c) inscripción en los registros de la Administración Nacional de Aduanas;
d) inscripción en el registro de la Secretaría de Industria y Comercio Exterior.

III. RÉGIMEN PREFERENCIAL

3. La ley establece regímenes especiales, beneficios impositivos y financiación oficial a las compañías de comercialización internacional —a los efectos de la apertura de filiales en el exterior—, que luego de los dos primeros años de actividad cumplan con la exportación del monto mínimo anual requerido (equivalente a U$S 5.000.000), incrementen sus exportaciones respecto del ejercicio anterior y sus balances demuestren saldos positivos en divisas.

Por opción podrán acogerse, asimismo, a los beneficios previstos en los llamados *programas especiales de exportación* para las listas de productos promocionados que ellos amparen.

IV. ESTRUCTURA

4. Este elemento debe prever los siguientes requerimientos funcionales mínimos, a efectos de permitir inicialmente y asegurar la continuidad y crecimiento de las operaciones:

a) Espacio.
b) Servicios.
c) Dotación.

a) 1. En términos generales, los límites de la disponiblidad se dan entre dos variables: un mínimo exigible por razones de funcionalidad y representatividad deseada, por un lado, y los presupuestos operativos y las previsiones o expectativas de negocios, por el otro.

2. Evaluando *in abstracto* esos límites, se estima conveniente disponer para una etapa inicial calculada en 24 a 30 meses, de 200 a 300 m^2 aproximadamente.

b) 3. Servicios de comunicaciones: mínimo de tres líneas telefónicas, télex y telefax.

4. Muebles, útiles, decoración, y equipo de computación.

5. Ubicación conveniente, pero no necesariamente en el área del denominado microcentro de la ciudad capital.

c) 6. La dotación —estructura de trabajo propiamente dicha— debería integrarse en dos etapas:

a) Etapa inicial, integrada por el personal profesional y técnico con experiencia específica en comercialización internacional, negociaciones, operaciones, etc., que incluye contactos, difusión y relaciones públicas en los niveles adecuados y el personal técnico-administrativo de apoyo, a saber, por ejemplo: técnico-administrativo de amplia experiencia en tareas similares, para la función transitoria de "encargado de oficina"; un contador, una secretaria bilingüe, dactilógrafa, télex; auxiliares administrativos, con experiencia en tareas similares, y auxiliares varios, no especializados.

b) Etapa de consolidación, prevista para la incorporación de personal técnico-operativo para atender la carga de trabajo y permitir la evolución de la empresa, según las necesidades.

V. GESTIÓN DE NEGOCIOS

7. Los profesionales y técnicos responsables de este proyecto serán los responsables naturales por la búsqueda, la formulación, la planificación, concreción, seguimiento y análisis de resultados de cada operación y de todos ellos en su conjunto.

Descrita en forma sintética, la tarea de este grupo consiste, además de lo ya indicado, en:

- estudiar y materializar la oferta exportable argentina y de los países vecinos, lograr la representación y la disponibilidad real del producto para exportación, establecer las condiciones de negociación y colocar el producto en el exterior;
- concretar idéntica gestión en el exterior para la introducción del producto al país;
- comercializar en el país el producto importado;
- contribuir a encontrar la solución adecuada para el intercambio compensado, true-

que, triangulación, despachos a y desde puertos o zonas francas, trasformación, complementación o reelaboración de mercaderías en ambos sentidos;

* integrar cámaras, asociaciones, consejos o cualquier otra entidad representativa del sector en los casos aconsejables;
* proponer iniciativas o alternativas de solución ante problemas del sector a la autoridad competente y ofrecer su colaboración;
* planificar por cuenta propia ferias, exposiciones, actividades de difusión, congresos, seminarios, jornadas o cualquier otro evento que contribuya a acrecentar los negocios y el prestigio de la empresa;
* organizar y representar a nuestros clientes en ferias, exposiciones, convenciones o cualquier otro evento de justificado interés comercial;
* peticionar ante la autoridad de aplicación para la concesión de los beneficios emergentes de la ley y de las compensaciones previstas en el Fondo de Promoción de Exportaciones;
* toda otra actividad propia o vinculada al sector no prevista especialmente.

PRINCIPALES INGRESOS DE UNA EMPRESA DE COMERCIO EXTERIOR ("TRADING")

* Utilidades provenientes de las operaciones de compra y venta de mercaderías y servicios.

* Comisiones provenientes de la compraventa o consignación de mercaderías de terceros.

* Honorarios por servicios de consultoría especializada técnico-operativa y administrativa.

* Comisiones provenientes de gestión de financiamiento interno e internacional.

* Primas y comisiones por concesión de avales de financiación.

* Honorarios provenientes de contratación de servicios diversos (trasportes, seguros, estibaje, almacenajes, inspecciones, etc.).

* Honorarios provenientes de gestión de devolución de impuestos.

* Importes provenientes de la devolución de impuestos por productos y servicios exportados.

* Otros importes provenientes de beneficios varios y reembolsos a las exportaciones promocionadas.

* Ingresos provenientes de dividendos por inversión accionaria en empresas clientes.

Dichas empresas deben estar aptas y equipadas para ejercer diversas funciones, pues además de la compra y venta de productos, pueden representar empresas y manejar operaciones, financiar, prestar servicios depués de la venta, etc. Por la escala en que operan, pueden también actuar directamente en los trasportes y establecer cadenas de almacenaje o depósitos en cualquier país, donde las operaciones así lo recomienden. Igualmente, pueden crear, promover o divulgar marcas propias o de terceros, cuando los mercados compradores lo exigen.

Este tipo de empresa comercializadora debe poseer condiciones para planear u orientar proyectos de comercialización tanto propios como de terceros, que tiendan al desarrollo comercial a través de la producción de variada índole: industrial, minera o agropecuaria[1]. Igualmente, deberá estar presente en diversas ferias y exposiciones comerciales en el extranjero o aun en el país, ya sea para negociar directamente o para representar productos suyos o de sus clientes.

Las empresas comercializadoras o compañías de intercambio según la denominación argentina, teniendo necesidad de invertir constantemente en la prospección de nuevos mercados, y disponiendo de servicios de asistencia técnica y de información actualizados, pueden influír ventajosamente para el desarrollo de las pequeñas y medianas empresas que como se ha visto, no tienen dimensión suficiente para alcanzar por sus propios medios y con éxito los mercados externos[2].

[1] El interés de su implementación para los países en desarrollo reside en limitar su actividad a la exportación de productos manufacturados. Por regla general las organizaciones comerciales comparables existen en estos países pero dedicadas desde un principio en forma expresa a la comercialización internacional de los productos básicos primarios de los mismos, agricultura, minería, etc., casi siempre sin valor agregado alguno.

En estos casos, la actividad principal es mayormente financiera por la tremenda gravitación que tiene este aspecto sobre el comercial, que en comparación aparece como subsidiario.

[2] Contra la creencia generalizada, la primera compañía *trading* en el tiempo, tal como la conocemos en la edad contemporánea, no es japonesa.

Fue organizada en 1832 por comerciantes ingleses en la entonces llamada Huan-Hou o Guangzhou en trascripción fonética del inglés, la actual ciudad de Canton, y lleva desde entonces el mismo nombre: Jardine, Matheson & Co. Ltd., aunque luego, en 1841, estableció su base de operaciones en Hong-Kong.

Comenzó sus actividades abarcando la llamada área del Pacífico asiático y sus negocios incluyen seis principales rubros de actividad: ingeniería y construcción, servicios financieros, *marketing* y distribución, recursos naturales, hoteles y propiedades y trasportes y servicios.

II

LEY DE COMPAÑÍAS DE COMERCIO EXTERIOR DE LOS ESTADOS UNIDOS

(Ley pública 97-290, oct. 8, 1982)

"Ley para incentivar las exportaciones facilitando la formación y operación de las empresas *trading* de exportación, asociaciones para el comercio de exportación y la expansión de los servicios de comercio exterior en general.

A ser promulgadas por el Senado y la Cámara de Representantes de los Estados Unidos de América reunidos en Congreso.

Título I — *Provisiones generales*

Título abreviado

Sec. 101. Este título puede ser citado como la "Ley de Compañías de Comercio Exterior de 1982".

Fundamentos; declaración de principios.

Sec. 102 (a). *El congreso encuentra que:*

1) Las exportaciones estadounidenses son responsables por la creación y mantenimiento de una de cada nueve tareas de producción en los Estados Unidos y por generar uno de cada siete dólares del total de mercaderías producidas en el país.

2) Las industrias relacionadas con los servicios, que están en rápido crecimiento son vitales para el bienestar de la economía estadounidense dado que crean fuentes de trabajo para siete de cada diez ciudadanos norteamericanos, proveen el 65% del producto bruto nacional de la nación y ofrecen el mayor potencial para un intercambio industrial que involucre productos terminados, y que ha aumentado significativamente.

3) Los déficit comerciales contribuyen a la declinación del dólar en los mercados de moneda internacional y tienen un impacto inflacionario en la economía estadounidense.

4) Diez de cada mil pequeñas y medianas empresas estadounidenses producen bienes o servicios exportables pero no actúan en exportación.

5) Aunque los Estados Unidos son la nación de mayores exportaciones agrícolas en el mundo, muchos productos de granja no son comercializados tan amplia y eficazmente en el exterior como lo podrían ser a través de empresas de comercio exterior.

6) Los servicios de comercio exterior en los Estados Unidos están fragmentados en una multitud de funciones separadas, y las compañías que tratan de ofrecer servicios de comercio exterior carecen del apoyo financiero como para alcanzar un número significativo de exportadores potenciales en el país.

7) Los Estados Unidos necesitan intermediarios bien desarrollados para el comercio exterior que puedan lograr economías de escala y experiencia que les permitan exportar bienes y servicios de manera rentable, a bajo costo unitario para los productores.

8) El desarrollo de las compañías de comercio exterior en los Estados Unidos ha sido frenado por actitudes empresarias y por reglamentaciones gubernamentales.

9) Las actividades de las autoridades estatales y de gobiernos locales que inician, propulsan y expanden las exportaciones de bienes y servicios pueden ser una importante fuente para la expansión del total de las exportaciones estadounidenses, así como para la experimentación en el desarrollo de programas innovados de exportación ajustados a las necesidades económicas locales del Estado y de la región.

10) Si las compañías estadounidenses *trading* han de tener éxito en la promoción de las exportaciones de los Estados Unidos y en competir con compañías *trading* extranjeras, deberían poder valerse de los recursos, experiencia, y conocimiento del sistema bancario estadounidense, tanto en los Estados Unidos como en el exterior; y

11) El Departamento de Comercio es responsable por el desarrollo y promoción de las exportaciones estadounidenses, y especialmente por facilitar la exportación de productos terminados por los fabricantes del país.

b) Es propósito de esta ley aumentar las exportaciones estadounidenses de productos y servicios de comercio exterior a los productores y proveedores, en particular estableciendo una oficina dentro del Departamento de Comercio para promover la formación de asociaciones de comercio exterior y compañías de comercio exterior, permitiendo compañías que dependan de bancos, bancos de banqueros, corporaciones emanantes de esta ley y otras que sean subsidiarias de compañías pertenecientes a bancos para invertir en compañías *trading*, reduciendo

las restricciones en la financiación por parte de instituciones financieras, y modificando la aplicación de las leyes antitrust a cierto comercio exterior.

* * *

En su texto, la ley se extiende en una detallada lista de definiciones a los efectos de cada uno de sus títulos, crea y encomienda al Departamento de Comercio la instalación de una oficina para "promover e incentivar en la mayor medida posible la formación de asociaciones de comercio de exportación y de compañías de comercio de exportación".

En su título II, referente a los *Servicios Bancarios de Exportación* (Sec. 201 y 202), se busca la "participación significativa y efectiva por las compañías pertenecientes a bancos, bancos de banqueros" y otros, alentando en descripciones minuciosas su participación a los efectos de esta ley, así como las inversiones de Compañías de Comercio de Exportación (Sec. 203) y fijando normas respecto de porcentajes de participación, procedimientos, etc.

Define más adelante a las *funciones* y a los *servicios* de estas compañías.

Otros títulos se refieren a las *garantías por cuentas a cobrar por exportación y a los inventarios*, autorizando expresamente al *Export-Import Bank* a estos fines.

Luego de reglamentar sobre las aceptaciones bancarias —dentro de los seis meses vista—, instituye por medio del Secretario de Comercio la emisión de *certificados de revisión*, equivalente en grandes líneas a una solicitud del interesado —con *muy amplios detalles sobre su actividad presente y sus planes futuros*— que se publica a la manera de nuestros habituales edictos para conocimiento general.

La ley prevé también protección especial a los titulares de estos certificados, ordenamientos contra las leyes antitrust, informes anuales y precauciones severas contra la revelación de información, finalizando con firmes medidas que tienden a mejorar —título IV, Sec. 401/403— las previsiones para combatir el trust del comercio exterior dictadas en ese mismo año, enmendando la Ley Sherman.

III

ASPECTOS DE LA LEGISLACIÓN DE LA REPÚBLICA ITALIANA REFERENTE A LOS CONSORCIOS DE EXPORTACIÓN (CÓDIGO CIVIL)

Art. 2602. **Noción y normas de aplicación.** A través del Contrato de Consorcio varios empresarios forman una institución común por la disciplina o por el desarrollo de determinadas fases de las respectivas empresas.

El contrato mencionado en el inciso anterior es regulado por las normas siguientes, salvo las diversas disposiciones de leyes especiales.

Art. 2603. **Forma y contenido del contrato.** El contrato debe ser redactado por escrito bajo pena de nulidad.

El contrato debe indicar: 1) el objetivo y duración del consorcio; 2) la sede de la oficina posiblemente constituída; 3) las obligaciones asumidas y los aportes debidos por los asociados; 4) las atribuciones y poderes de los órganos del consorcio, también de acuerdo a sus representatividad en juicio; 5) las condiciones de admisión de los nuevos asociados; 6) los casos de renuncia y de exclusión; 7) las sanciones por el incumplimiento de las obligaciones de los asociados.

Si el consorcio tiene por objeto la fijación de cuotas de producción y de intercambio, el contrato debe además establecer las cuotas de cada miembro del consorcio o los criterios para la determinación de ellas.

Si el documento constitutivo entrega la resolución de asuntos relativos a la fijación de cuotas a una o más personas, las decisiones de éstas pueden ser impugnadas delante de la autoridad judicial, si son manifiestamente inicuas o incorrectas, dentro de 30 días contados desde la fecha de la resolución.

Art. 2604. **Duración del consorcio.** No habiendo sido determinada la duración del contrato, éste tendrá una validez de diez años.

Art. 2605. **Control de las actividades de cada miembro del consorcio.** Los integrantes del consorcio deben permitir los controles y las inspecciones efectuados por las instituciones establecidas por el contrato con el objeto de comprobar el exacto cumplimiento de las obligaciones asumidas.

Art. 2606. **Resoluciones del consorcio.** Si el contrato no dispone de manera diferente, las resoluciones relativas a la actuación del objetivo del consorcio son tomadas con el voto favorable de la mayoría de los miembros del consorcio.

Las resoluciones que no son tomadas en conformidad a las disposiciones de este artículo o a las del contrato pueden ser impugnadas ante la autoridad judicial dentro de 30 días. En caso de encontrarse ausentes los integrantes del consorcio, el plazo trascurre desde la fecha de la comunicación o si se trata de una resolución sujeta a inscripción, desde la fecha de ésta.

Art. 2607. **Modificaciones al contrato.** El contrato, si no se ha acordado en forma distinta, no puede ser modificado sin el acuerdo de todos los miembros del consorcio. Las modificaciones deben ser realizadas por escrito bajo pena de nulidad.

Art. 2608. **Órganos directivos del consorcio.** La responsabilidad respecto a los miembros del consorcio de aquellos que están a la cabeza del consorcio, está regulada por las normas relativas al mandato.

Art. 2609. **Receso y exclusión.** En los casos de receso y de exclusión previstos por el contrato la cuota de participación del miembro del consorcio renunciado o excluído se reparte en forma proporcional entre las de los otros.

El mandato conferido por los miembros del consorcio para la actuación de los objetivos del consorcio, aunque haya sido otorgado a través de un acto único, cesa en lo que concierne al integrante renunciado o excluído.

Art. 2610. **Traslado de la empresa.** Salvo algún acuerdo que diga lo contrario, en caso de traslado, por cualquier motivo o circunstancia de la empresa, el comprador subentra en el contrato de consorcio.

Sin embargo, si existe una causa justa en el caso de traslado de empresas por algún acto entre seres vivientes, los otros miembros del consorcio pueden resolver dentro de un mes, a partir de la fecha del traslado, la exclusión del comprador.

Art. 2611. **Causales de disolución.** El contrato de consorcio se disuelve: 1) por el trascurso del tiempo establecido para su duración; 2) por el logro del objetivo del mismo o por la imposibilidad de alcanzarlo; 3) por la voluntad unánime de todos los miembros del consorcio; 4) por resolución de los miembros del consorcio, tomada en base al art. 2602, si subsiste una justa causa; 5) por la decisión de la autoridad de gobierno en los casos contemplados por la ley; 6) por las otras causales previstas en el contrato.

Art. 2612. **Inscripción en el registro de las empresas.** Si el contrato prevé la creación de una oficina destinada a desarrollar una actividad

con terceros, un extracto del contrato debe ser depositado por los administradores, dentro de 30 días contados desde la fecha de su estipulación, para su inscripción en la oficina del registro de las empresas del lugar donde la oficina tiene su sede.

El extracto debe indicar: 1) la denominación del consorcio y el lugar donde se encuentra ubicada la oficina; 2) el nombre y apellido de los miembros del consorcio; 3) la duración del consorcio; 4) las personas a las cuales se les entrega la presidencia, la dirección y la representación del consorcio y las respectivas atribuciones; 5) el modo de formación del fondo de consorcio y las normas relativas a la liquidación.

Igualmente, deberán inscribirse en el registro de las empresas las modificaciones del contrato relativas a los elementos arriba indicados.

Art. 2613. **Representación en juicio.** Los consorcios pueden ser llamados a juicio en la persona de aquellos a los cuales el contrato entrega la presidencia o la dirección, aun en el caso que la representación esté entregada a otras personas.

Art. 2614. **Fondo de consorcio.** Los aportes de los integrantes del consorcio y los bienes adquiridos con estos aportes constituyen el fondo de consorcio. En el período de vigencia del consorcio sus miembros no pueden pedir la división del fondo y los acreedores privados no pueden hacer valer sus derechos sobre el fondo mismo.

Art. 2615. **Responsabilidad frente a terceros.** En lo que concierne a las obligaciones asumidas en nombre del consorcio por las personas que tienen su representación, los terceros podrán hacer valer sus derechos exclusivamente sobre el fondo de consorcio. En lo que concierne a las obligaciones asumidas por los órganos del consorcio por cuenta de cada uno de los miembros del consorcio responden estos últimos en forma solidaria con el fondo de consorcio. En caso de insolvencia en las relaciones entre los miembros del consorcio la deuda del no solvente se reparte entre todos en proporción a las cuotas.

IV

ORGANIZACIÓN DE LOS CONSORCIOS EN ITALIA - FEDEREXPORT

(Federación Nacional de Consorcios para la Exportación)

En la actual estructura industrial italiana se distinguen dos tendencias evolutivas en sentido opuesto que implican el natural reconocimiento de la validez económica de la empresa de menores dimensiones: *por una parte, descentralización del sistema productivo y búsqueda de una más acentuada especialización para conseguir mayores reducciones de costo y un producto cualitativamente mejor*; por la otra, *centralización de determinadas fases de la actividad empresarial para permitir a las pequeñas unidades productivas la adquisición, con costos soportables y que no impliquen pesados compromisos financieros, de servicios que sirvan para mejorar los diversos aspectos del manejo empresarial.*

La colaboración entre empresas se ha desarrollado hasta la fecha principalmente en el campo del comercio exterior y de la garantía colectiva de los créditos, pero se ha ido extendiendo en forma progresiva a otros sectores de la actividad: la formación y la actualización profesional, el aprovisionamiento de materias primas y productos semielaborados, la investigación tecnológica y la asesoría técnica, la instalación y funcionamiento de equipos de purificación, la organización de áreas para la instalación de industrias en las zonas en vías de desarrollo.

Los consorcios para la exportación son aquellos que en curso de la década del 70 en particular en la segunda mitad, produjeron el desarrollo más significativo. En este período, su número aumentó en Italia, desde pocas unidades a casi 200. La Federación Nacional de Consorcios para la Exportación (Federexport) reúne actualmente 110 de los más importantes y calificados, de los cuales forman parte aproximadamente 5000 empresas con un total que supera los 300.000 representantes.

El volumen total de las exportaciones realizadas por las empresas que se unen en el "Sistema Federexport" nos permite hacer una estimación para 1980 de aproximadamente ocho mil millones de liras anuales, una cifra que es ligeramente inferior al 10% de toda la exportación italiana.

146

FERAL FERIA VALLE

V

EL CONSORCIO EXPORT LEGNANO - ITALIA

El Consorcio Export Legnano es una entidad fundada en el año 1968 entre las industrias y las empresas de artesanía situadas en la zona del Alto Milanese, es decir, la región ubicada al norte de la ciudad de Milán.

Fue promovido oportunamente y continúa siéndolo por la Asociación Industrial de Legnano (ALI) y está sostenido por la Cámara de Comercio, Industria, Artesanado y Agricultura de Milán (CCIAA). Está dirigido por un presidente y por una junta directiva compuesta de nueve miembros, seis de los cuales son elegidos por votación de la asamblea general de los representantes de las casas consorciadas, dos de la Asociación Legnanese de la Industria, uno de la Cámara de Comercio de Milán y por el presidente saliente de la junta directiva anterior. La jurisdicción territorial del Consorcio Export Legnano abarca a 21 municipios de la zona de influencia.

Principales actividades y servicios.

1. Cuidar, a pedido de los interesados, las iniciativas y los actos relativos a las exportaciones de cada firma asociada.
2. Organizar participaciones colectivas en ferias y exposiciones internacionales.
3. Asistir a los asociados en negociaciones y obtención de pedidos de compras.
4. Operar el servicio de comunicaciones de telex por cuenta de los asociados.
5. Orientar a los clientes y perspectivas comerciales del extranjero en sus primeros contactos con los asociados.
6. Facilitar intérpretes, traducciones y las relaciones públicas en general para sus asociados.
7. Mantener en forma permanente la búsqueda de nuevos agentes y representantes y efectuar periódicas visitas de inspección a los ya existentes.
8. Efectuar investigaciones de mercado por medio de misiones en el extranjero y realizar la promoción y publicidad de todos sus productos (edición de catálogos ilustrados en varios idiomas).

9. Proveer asistencia y colaboración técnica (*know-how*) a todos los sectores de actividad de las empresas asociadas.

El consorcio, a través de las firmas asociadas, actúa en veintisiete sectores industriales diferentes y ofrece diez líneas completas de artículos, incluyéndose textiles, tejidos, cuerdas, cintas e hilados sintéticos, cueros y cueros artificiales, calzado para hombre y mujer, partes y suelas para calzado en materiales diversos, muebles de todo modelo incluídos para escuelas y hospitales, máquinas para café *express* y aparatos pequeños de uso electrodoméstico.

Es especialmente importante destacar la efectiva labor comercial de este Consorcio exportador, por su excelente organización, hecho que se advierte fácilmente al consultar su catálogo ilustrado de hojas movibles, codificado a la perfección e impreso en cinco idiomas.

Consorcio Cremona Export.

Por otra parte, en condiciones de eficiencia parecidas, funcionan en Italia muchos otros consorcios regionales para la exportación, como por ejemplo y para no citar más que a uno de ellos, el bien prestigiado Cremona Export, fundado para el desarrollo de las exportaciones de la provincia de Cremona y que disfruta del auspicio integral de la Cámara de Comercio de Cremona, el gobierno departamental, las asociaciones industriales y varias instituciones bancarias y crediticias del lugar.

Los resultados alcanzados constituyen una prueba directa de la validez del empeño con el cual la federación cumple su rol de valorizar las capacidades de exportación de las pequeñas empresas que potencialmente son elevadas pero que en su mayor parte no se han expresado.

En efecto, existen en Italia —el fenómeno, sin embargo, se presenta con características parecidas en numerosos países industrializados— miles de empresas que a pesar de que cuentan con producciones tecnológicamente válidas y cuyos costos son competitivos, no logran alcanzar una colocación estable en los mercados internacionales.

En el curso de 1980, los consorcios del "Sistema Federexport" efectuaron más de 300 investigaciones de mercado; aseguraron la participación a 250 ferias en el exterior; organizaron 200 misiones de operadores; promovieron casi 150 campañas publicitarias para la promoción en el exterior.

VI

FOCOEX

(Fomento de Comercio Exterior, S.A. - España)

Fomento de Comercio Exterior, S.A. con sede social en Madrid, es una sociedad creada *con el objetivo prioritario de promocionar y desarrollar las ventas de bienes y servicios españoles al exterior.*

Para alcanzar este objetivo FOCOEX se ha organizado y actúa como:

— Empresa de fomento de la exportación.
— Empresa de servicios.
— Empresa de comercio exterior.

El Capital Social de FOCOEX se distribuye —y esto es lo interesante— de la siguiente manera:

— Ministerio de Comercio y Turismo	60%
— Banco Exterior de España	24%
— Instituto Nacional de Industria (INI)	16%

Corresponde señalar las funciones naturales que cumplen cada uno de estos tres socios *para apreciar en qué alto grado la unión de los esfuerzos de tan importante y excelente nivel en un idéntico propósito es capaz de alcanzar resultados excelentes y de carácter permanente, no simplemente ocasionales.*

El socio número uno: Ministerio de Comercio y Turismo de España. — Esta institución oficial de máxima jerarquía dedica una gran parte de su organización, de sus medios presupuestarios y de sus actividades a *la promoción de las exportaciones españolas.*

El Ministerio pone a disposición de los exportadores sus asociaciones, agrupaciones o servicios comerciales y sus departamentos especializados en el fomento de la exportación, integrados en las direcciones generales de exportación y política comercial, y muy especialmente el Centro de Documentación e Información del Comercio Exterior (CEDIN), y la amplia red de oficinas comerciales de España en el extranjero.

El socio número dos: Banco Exterior de España. — El Banco Exterios de España cumple, en el orden de la financiación de las exportaciones, un papel primordial al suministrar buena parte de esa financiación, junto con otros servicios auxiliares requeridos para llevar a cabo las exportaciones.

Esta entidad bancaria de primer orden dispone de 180 sucursales y agencias en territorio español y de una muy amplia y especializada organización en el exterior que incluye bancos filiales y oficinas de representación.

El socio número tres: Instituto Nacional de Industria (INI).— Bajo la denominación de Instituto Nacional de Industria se identifica en la práctica al *primer "holding" industrial de España*. En efecto, las empresas que lo integran *exportan el 18% de la exportación industrial española*.

El INI participa en 70 empresas industriales y de servicios, las cuales cuenta a su vez con más de 200 filiales en España y en el extranjero. Puede comprenderse su trascendencia si se considera que el INI está presente, entre otros, en los siguientes sectores: minería, petróleo, petroquímica, fertilizantes, gas, electricidad, siderurgia, aluminio, construcción naval, fabricación de vehículos, bienes de equipo, material ferroviario, maquinaria de precisión, material militar, material educativo, líneas aéreas, líneas marítimas, ingeniería, alimentación, pasta de papel, informática, turismo y artesanía.

FOCOEX, *en cuanto empresa de fomento de la exportación* reconoce la participación mayoritaria de capital público y en función de ello tiene como objetivos preferentes "la creación selectiva de una red comercial exterior y el estímulo y ayuda a programas de penetración comercial". De esta forma FOCOEX facilita a los exportadores información, asistencia personal, detalles sobre mercados clientes y aporta ideas o soluciones, en la medida de las circunstancias para facilitar las operaciones comerciales, así como colabora en la promoción y seguimiento de su actividad en los diversos mercados exteriores.

Por lo que se refiere a FOCOEX como empresa de servicios, ofrece al exportador servicios comerciales especializados, asesoramiento y gestión, información y servicios administrativos y de gestión financiera. Brinda también los mismos servicios al empresario extranjero actuando como intermediaria que le permite contar en España con los servicios de una empresa especializada y responsable, así como información sobre la legislación, usos, prácticas, costumbres y toda otra inquietud que es habitual en la actividad.

Finalmente, considerada ya como verdadera empresa de comercio exterior, FOCOEX realiza toda clase de operaciones comerciales y financieras de comercio exterior: importación, exportación, representación, depósito, compra y venta de toda clase de productos y/o servicios y cualquier otra anexa o derivada de las ya mencionadas. Naturalmente que a esta ambiciosa organización contribuyen en grado sumo las numerosas oficinas comerciales de España en el extranjero y los bancos filiales*.

* En la Argentina, si bien en forma unilateral, funciones parecidas cumple la Dirección Nacional de Promoción Comercial de la Subsecretaría de Comercio Exterior.

VII

RÉGIMEN FISCAL DE LAS EMPRESAS DE COMERCIALIZACIÓN INTERNACIONAL EN EL BRASIL

La estructura del sistema de funcionamiento y el régimen fiscal que se aplica a las empresas de comercialización en el Brasil se basa en el decreto-ley 1248, de 1972, y en una serie de medidas que reglamentan y desarrollan este decreto, entre las cuales las más importantes son el decreto 71.866, de 1973, que regula el "régimen aduanero extraordinario de exportación" y las resoluciones 249, 250, 251 y 252, de 1973, expedidas por el Banco Central del Brasil *que configuran el sistema de incentivos financieros de que gozan dichas empresas.*

El marco operativo para las empresas comerciales exportadoras establecido en el Brasil por las disposiciones anteriormente citadas, contempla los siguientes aspectos.

A) *Incentivos tributarios*:

Se consagran unos *incentivos de tipo tributario de beneficio directo y exclusivo para las compañías comercializadoras, adicionales a los que ya existían en el Brasil a favor de los productores cuyas mercancías se destinan a los mercados externos*. A este efecto se caracterizan las operaciones de *compra de mercancías en el mercado interno con destino a la exportación*, que pueden acogerse a los beneficios tributarios. Igualmente se establecen *estímulos a la exportación de servicios*, configurándose la hipótesis de un beneficio adicional, cuya *base de cálculo es la suma correspondiente al flete y/o al seguro*, cuando éstos sean contratados con empresas brasileñas.

B) *Incentivos financieros*:

El sistema provee una serie de mecanismos establecidos por el Consejo Monetario Nacional y administrados por el Banco Central del Brasil, *para fortalecer la estructura financiera de las empresas comerciales de exportación* y proporcionarles crédito en condiciones de flexibilidad y fácil acceso.

C) *Requisitos de constitución y funcionamiento*:

Para gozar de los beneficios del régimen se establecen unas *condiciones mínimas* a ser satisfechas por las empresas comerciales de exportación.

A continuación haremos una explicación más amplia de cada uno de los tres aspectos.

1. *Incentivos tributarios*:

Las operaciones derivadas de la compra de mercaderías en el mercado interno, cuando sean realizadas *por una empresa comercial exportadora con el fin específico de exportación*, tienen derecho al siguiente tratamiento fiscal.

Hasta el ejercicio financiero de 1977 inclusive, la empresa comercial exportadora podía deducir de la renta gravable, una suma *igual a la diferencia entre el valor de los productos manufacturados adquiridos a los productores vendedores y el valor FOB en moneda nacional* de la venta de los mismos en el exterior.

Además en el caso de los productos manufacturados objeto de exportación que hayan sido asegurados por compañías nacionales o su trasporte hecho por embarcación o cualquier otro medio de bandera brasileña, el valor de la venta en el exterior debe aumentarse en el monto correspondiente al seguro o al flete o de ambos si es el caso.

A efectos de la aplicación del presente régimen se entiende por:

a) *Mercaderías destinadas específicamente a la exportación*, las remitidas directamente del establecimiento del productor-vendedor para:

I) *Embarques de exportación por cuenta y orden de la empresa comercial exportadora.*

II) *Situarlas en depósito o bodega, por cuenta y orden de la empresa comercial exportadora, bajo régimen aduanero extraordinario de exportación.*

Se considera "régimen aduanero extraordinario de exportación", aquel que permite el depósito de los productos con derecho al beneficio de los incentivos fiscales establecidos en el Brasil a favor de la exportación, *antes de su embarque efectivo para el exterior*. Es decir que para efectos de los beneficios fiscales *se considera efectuada la exportación si la mercancía está bajo dicho régimen.*

b) *Productos manufacturados*: los relacionados en una *lista especial elaborada por el Ministerio de Hacienda* para la aplicación de este régimen y los que previa justificación del CACEX sean considerados como tales por el Banco Central del Brasil.

2. *Incentivos financieros*:

a) El Banco Central del Brasil ha establecido una línea de redescuento por valor de 600 millones de cruzeiros (1980), para redescontar

los préstamos de los establecimientos de crédito, destinados a financiar operaciones originadas por el depósito de productos manufacturados en almacenes bajo el régimen aduanero extraordinario de exportación.

El redescuento especial establecido se efectúa a una tasa de interés del 9% siempre que el financiamiento haya sido concedido a un tipo de interés que no exceda del 12%. Estos créditos están exentos del impuesto sobre operaciones financieras existente en el Brasil.

b) El Banco Central del Brasil elevó del 0,5% al 1% el encaje obligatorio de los bancos comerciales, previsto en la resolución 184 de 1971. *Los recursos por esta ampliación del encaje deben ser destinados exclusivamente a la suscripción por parte de los bancos comerciales de obligaciones convertibles en acciones o en acciones nuevas de empresas comerciales exportadoras.*

c) El Banco Central del Brasil reservó una proporción del encaje obligatorio de los bancos correspondiente al 2% de los depósitos a la vista exigibles a 90 días sujetos a encaje, *con el objeto de que los bancos comerciales puedan ofrecer financiamiento a las empresas comerciales exportadoras.*

3. *Requisitos que deben satisfacer las empresas comerciales exportadoras:*

a) *Registro especial*: Se efectúa en la Cartera de Comercio Exterior del Banco del Brasil (Cacex) y en la Secretaría de Ingreso Federal, de acuerdo con las normas expedidas por el Ministerio de Hacienda.

Este registro puede ser cancelado en cualquier momento en caso de:

I) La inobservancia de las normas del régimen establecido.

II) Prácticas fraudulentas o falta de idoneidad manifiestas.

b) *Constitución*: Se exige que sea bajo la forma de sociedades por acciones. Las acciones pueden ser de dos clases:

I) *Acciones preferenciales nominativas con derecho a voto*, las cuales pueden emitirse hasta por un 50% del capital social.

II) *Acciones al portador sin derecho a voto.*

c) *Capital mínimo*: Es fijado por el Consejo Monetario Nacional.

Este mínimo exigible es de veinte millones de cruzeiros (u$s 3,2 millones aproximadamente) en 1980. Para efectos del registro en la cartera de comercio exterior del Banco del Brasil S.A. (Cacex) y en la Secretaría de Ingreso Federal del Ministerio de Hacienda, por lo menos el 50% de dicho capital mínimo debe estar pagado, debiendo constituírse la parte restante en un plazo de 12 meses.

Empresas con un capital mínimo no inferior a diez millones de cruzeiros (u$s 1,6 millones) podrán ser registradas, cuando se trate de promover iniciativas de reconocido interés local o regional o de favorecer la especialización en campos prioritarios de comercialización.

Es exigible además que en la composición del capital la participación brasileña sea mayoritaria.

154

Adicionalmente a los aspectos que han sido objeto de explicación, el régimen brasileño para las empresas comerciales de exportación *contempla también normas sobre el funcionamiento del régimen aduanero extraordinario de exportación*, traspaso de mercaderías entre las firmas y *transacciones entre empresas interdependientes y reingreso de mercaderías al mercado interno que completan su estructura.*

VIII

EXTRACTO DE LA LEY COLOMBIANA SOBRE SOCIEDADES DE COMERCIALIZACIÓN INTERNACIONAL

Art. 1.— Con el fin de fomentar las exportaciones de conformidad con los términos de la presente ley y en desarrollo del ordinal 22 del art. 120 de la Constitución nacional, el gobierno podrá otorgar incentivos especiales a las sociedades nacionales o mixtas que tengan por objeto la comercialización de productos colombianos en el exterior. Entre sus actividades dichas compañías podrán contemplar también la importación de bienes o insumos, bien sea para abastecer el mercado interno o para la fabricación de productos exportables.

Art. 2.— Para disfrutar de los incentivos especiales que se establezcan conforme al artículo anterior, además de los requisitos generales fijados por el Código de Comercio y demás normas comunes sobre la materia, las sociedades de comercialización internacional deberán satisfacer las condiciones específicas que sobre su constitución, funcionamiento y régimen de inspección y vigilancia establezca el gobierno.

Entre tales requisitos deberá contemplar expresamente que el objeto de tales sociedades esté constituído por la venta de productos colombianos en el exterior, sea que la sociedad los adquiera en el mercado interno o exporte bienes fabricados por productores que sean socios de la misma.

Art. 3.— Las operaciones de venta de mercancías que realicen fabricantes o productores nacionales a una sociedad de comercialización internacional, para que ésta las exporte, darán derecho a que aquéllos se beneficien de los incentivos fiscales y aduaneros otorgados conforme a esta ley, en la oportunidad y en las condiciones que determine el gobierno.

Art. 4.— En desarrollo de la presente ley y con sujeción a las normas que reglamentan cada uno de tales incentivos, el gobierno nacional podrá otorgar lo siguiente:

a) Certificado de Abono Tributario (CAT) tanto para las sociedades de comercialización internacional o como para los productores que vendan a éstas sus artículos con indicación del término de su vigencia.

b) Los beneficios de que tratan los arts. 10 y 13 de la ley 20 de 1979, en las condiciones allí previstas.

c) Un régimen aduanero especial.

d) Sistemas adecuados de importación-exportación.

Un régimen de exportaciones en consignación, que permita la adquisición de bodegas en el exterior.

Art. 5.— La realización de las exportaciones será de exclusiva responsabilidad de la Sociedad de Comercialización Internacional y por tanto, si no se efectúan estas últimas dentro de la oportunidad y condiciones que señale el gobierno nacional con base en el art. 3 de esta ley, deberán las mencionadas sociedades pagar a favor del fisco nacional una suma igual al valor de los incentivos y exenciones que tanto ella como el productor se hubieran beneficiado, más el interés moratorio fiscal, sin perjuicio de las sanciones previstas en las normas ordinarias.

Art. 6.— El art. 166 del decreto-ley 444 de 1967 quedará así:

"El reintegro de las divisas provenientes de exportaciones diferentes del petróleo y sus derivados, café y cueros crudos de res, dará derecho al exportador para que el Banco de la República le entregue el Certificado de Abono Tributario en la cuantía, condiciones y oportunidad que determine anualmente el gobierno nacional.

El gobierno nacional podrá modificar anualmente la lista de los productos beneficiados con los certificados de Abono Tributario y el porcentaje de los mismos.

Las revisiones se harán antes del 30 de agosto de cada año y no entrarán en vigencia sino a partir del 1 de enero del año siguiente.

Dichos títulos serán recibidos a la par por las oficinas recaudadoras de impuestos para el pago de los tributos sobre renta y complementarios, aduanas, ventas, una vez cumplido el término que señala el gobierno, el cual no podrá exceder de un año.

Los certificados a que se refiere la presente ley, serán documentos al portador libremente negociables y estarán exentos de toda clase de impuestos.

El gobierno podrá establecer una lista de bienes de capital cuya elaboración o manufactura dure más de un año, con el fin de que la exportación de los mismos se pueda beneficiar de los incentivos fiscales vigentes en el momento en que se registren ante el Banco de la República los contratos correspondientes. Para tal efecto determinará el plazo máximo de reintegro a partir de la fecha de registro".

IX

LAS COMPAÑÍAS DE COMERCIALIZACIÓN EXTERNA EN EL JAPÓN

1. *Historia.*

El origen de las empresas de comercialización japonesa se remonta a la época de Meiji, a mediados del siglo XIX, cuando después de más de dos siglos de aislamiento del comercio internacional, el Japón abrió nuevamente su comercio al exterior.

Las primeras empresas de este tipo surgieron en el campo de los textiles, sector al que en los comienzos de su industrialización el Japón dio el mayor impulso. Cinco de las diez más grandes empresas de comercialización que existen actualmente en el Japón iniciaron sus actividades importando algodón y lana y exportando tejidos.

Como consecuencia del desarrollo de la industria siderúrgica se formaron también en los primeros decenios de este siglo, compañías especializadas en la importación de materias primas siderúrgicas y en la venta al exterior del producto terminado. Dos de las diez compañías más grandes de la actualidad tienen este origen.

Por otra parte, antes de la Segunda Guerra Mundial, en el Japón se formaron y adquirieron una influencia cada vez mayor sobre la economía, consorcios financieros dominados por un reducido número de familias que se llamaron *Zaibatsu*. Algunos de los consorcios más grandes fundaron empresas de comercialización que se especializaron en el campo de los textiles y los metales. Dos de las compañías de comercialización integradas de Zaibatsu que habían alcanzado ya un desarrollo importante antes de la guerra, se organizaron en el período de posguerra y en el presente son las dos compañías comercializadoras más grandes del Japón (Mitsubishi Corp. y Mitsui and Co. Ltd.).

Todas las empresas de este tipo creadas antes de la guerra tuvieron que enfrentarse con grandes dificultades, por razones bélicas por un lado y por otro debido a las fuertes restricciones a que estuvo sujeto el comercio exterior, por la difícil situación de balanza de pagos. Esta circunstancia pudo ser superada debido a la intervención del gobierno, que en 1952 puso en vigor una serie de medidas para estimular el desarrollo de las compañías de comercialización.

Estas medidas conjugadas con el hecho de que desde mediados del decenio de 1950 la economía japonesa empezó a crecer con extraordinario dinamismo, permitieron que las empresas de comercialización ampliasen sus actividades y se organizaran asumiendo las diversas funciones que hoy son comunes a todas ellas.

Como puede verse pese a un largo período de formación, el actual sistema de las empresas de comercialización integrada se ha consolidado en un período relativamente reciente, es decir en los últimos veinte años. Se dedicaron a ciertas líneas de artículos tales como algodón, granos, alimentos en general, harina, carne y metales. Los comerciantes de exportación por supuesto no operaron como agentes de los productores por la simple razón de que los productores de estos artículos son generalmente muy numerosos y los negocios se manejan en base a una competencia gobernada por la mayor o menor cantidad de dinero en efectivo de que se dispone al momento.

2. *Principales características de las empresas de comercialización integrada del Japón.*

Según estadísticas del Ministerio de la Industria y Comercio Internacional (MITI) en 1970 había en el Japón 5935 empresas de comercialización. Estas compañías manejan la mayor parte del comercio exterior de este país. Según dicha fuente ellas realizaron en 1970 el 87% de las importaciones y el 69,3% de las exportaciones, lo cual significa un 67,5% del comercio global.

Según su importancia y variedad de actividades pueden clasificarse en tres grupos:

2.1. Compañías de comercialización integradas.

2.2. Compañías mercantiles especializadas.

2.3. Compañías al servicio de firmas individuales y de comerciantes minoristas.

A) *Compañías de comercialización integrada (Sogo Shosha).*

Reciben esta denominación por el gran número de productos de importación y exportación que manejan y la gran diversidad de funciones que prestan.

Las diez empresas de comercialización integrada más grandes (con volumen de ventas superior a 100.000 millones de yens en 1970, 280 millones de dólares aproximadamente) participaron en 1970 con un 47% del total de las exportaciones japonesas y un 62,3% de las importaciones.

A continuación se indican sus nombres ordenándolas en forma descendente de acuerdo con la cifra de ventas correspondiente a 1970.

Mitsubishi Corp.	u$s 11.300
Mitsui and Co. Ltd.	u$s 10.400
Marubeni Corp.	u$s 7.500
C. Itoh Co. Ltda.	u$s 7.100
Nissho Iwai Co. Ltda.	u$s 5.200
Sumitomo Shoji Kaisha Ltda.	u$s 4.700
Toyo Menka Kaisha Ltda.	u$s 3.800
Nichimen Co. Ltda.	u$s 2.600
Kanematsu Cosho Ltd.	u$s 2.400
Ataka and Co. Ltd.	u$s 2.300

La gran escala de las operaciones de estas firmas se confirma además, por el número de personas que ellas ocupan, que en promedio es de 6000 en el Japón y 1100 en las oficinas del exterior.

Cabe señalar igualmente como característica importante, *la alta participación de las empresas de comercialización integrada en el comercio interno*, cuyo volumen de operaciones iguala al de su comercio exterior.

B) *Compañías mercantiles especializadas.*

Son aquellas en las que un grupo de artículos participa con más del 50% del total de sus operaciones de comercio exterior. Se especializan en una línea de productos. También existen varias empresas especializadas según los países con los que comercian.

Estas empresas realizaron en 1969 el 54,1% de las exportaciones totales y el 36,9% de las importaciones del Japón.

Su participación es especialmente elevada en los siguientes sectores: carbón, petróleo y sus derivados, maquinaria, productos elaborados a partir de minerales no metálicos, alimentos, bebidas y tabaco, textiles y sus materias primas y productos químicos y sus materias primas.

C) *Compañías al servicio de firmas individuales y detallistas.*

Este tipo de firmas se dedica a operaciones de mercado tanto de importación como de exportación para empresas particulares.

Es importante señalar que pese a sus grandes escalas de operación, su alta eficiencia y diversificación, ninguna de las empresas tiene una posición de dominio monopólico en el comercio exterior del Japón, ni en su comercio interno. En realidad existe una fuerte competencia tanto entre las empresas de comercialización integrada entre sí, como entre éstas y las especializadas.

Estas últimas pese a las desventajas de sus escalas limitadas de operación y la menor capacidad de financiamiento, tienen considerable capacidad de competencia en los sectores en los que se especializan.

Esta situación conduce a que esas empresas no tengan utilidades monopólicas. *La tasa de utilidad neta (utilidad neta dividida por el valor*

de las ventas) de todas las empresas comerciales del Japón fue de 0,9% por ciento en 1969 en tanto que la tasa correspondiente de las diez empresas de comercialización integrada fue de 0,34%.

Estas bajas tasas de utilidad son posibles porque las empresas minimizan el gasto de comercialización con respecto al valor unitario de la venta, gracias a la gran escala de sus operaciones y a su sistema moderno de comercio.

3. *Funciones.*

La descripción de las funciones que presentan las empresas de comercio exterior del Japón que se hace a continuación, se refiere principalmente a las compañías de comercialización integradas.

3.1. *Marketing.*

La función más importante que prestan las compañías de comercialización integradas del Japón es la de *marketing*, las más grandes cuentan con oficinas en el extranjero, para facilitar la exportación de mercaderías del Japón y obtienen información continua sobre las tendencias de demanda y las posibilidades de nuevos mercados.

3.2. *Financiamiento.*

El financiamiento es otra de las funciones fundamentales de las empresas de comercialización integrada. Estas empresas además de su capital propio, obtienen y canalizan recursos financieros de fuentes locales e internacionales hacia las empresas exportadoras.

Los principales usos que estas compañías dan a los recursos financieros son:

a) Financiamiento de la importación de materias primas a los productores nacionales.

b) Financiamiento de la exportación mediante descuento de letras y pago anticipado al productor.

c) Adquisición y participación en las empresas productoras.

d) Financiamiento de las inversiones de equipos y maquinarias para la modernización y racionalización de las firmas pequeñas y medianas vinculadas a la empresa comercializadora.

e) Promoción de materias primas necesarias para el Japón en otros países, mediante inversión directa, Joint Ventures entre éstas y el país productor o entre éste y las industrias japonesas.

3.3. *Almacenamiento y trasporte.*

El gran volumen de productos que comercializan estas empresas, les permite rebajar considerablemente el costo del trasporte y el almacenamiento.

3.4. *Organización.*

Las compañías comercializadoras desempeñan importantes funciones organizadoras tanto dentro del Japón como en el exterior.

Estas funciones se refieren especialmente a:

a) Organización de formas especiales de comercio exterior. Tales como operaciones combinadas de intercambio entre terceros países, comercio triangular, *switching* de superávit, etc.

b) Organización de inversiones en el exterior. La experiencia y los canales de comercialización exteriores, que tienen las empresas de comercialización integrada resultan muy útiles para organizar proyectos de inversión en el exterior tales como, elaboración de materias primas y ciertos componentes cuya producción resulta más barata que en el Japón.

En general estas inversiones se llevan a cabo en cooperación con las empresas del país productor y las empresas manufactureras japonesas usuarias de dichos componentes.

Además de las funciones descritas, las compañías de comercialización japonesas, han sido un instrumento muy eficaz para la trasmisión de tecnología, desde los países extranjeros al Japón, así como desde este país hacia aquéllos y han contribuído igualmente en forma decisiva en el proceso de mejoramiento de la calidad de los productos japoneses de exportación.

ALGUNAS CONSIDERACIONES QUE CONTRIBUYEN A EXPLICAR Y COMPRENDER EL DESARROLLO EXITOSO DE LAS EMPRESAS "TRADING" EN EL JAPÓN ("SOGO SHOSHA" y "SENMON SHOSHA")

TERRITORIO LIMITADO, DE ESCASOS RECURSOS NATURALES Y DENSAMENTE POBLADO

LA COMPENETRACIÓN DE ESTA REALIDAD Y DEL ESTADO DE NECESIDAD PERMANENTE FUERON OBLIGANDO A LA CREACIÓN DE LAS CONDICIONES DE SUPERVIVENCIA, PARTIENDO DE LA SEGURIDAD DE CONTAR CON EL FACTOR HUMANO ADECUADO.

- Objetivos nacionales precisos y unánimes.
- Idiosincrasia del pueblo japonés.
- Voluntad y capacidad de aprendizaje.
- Colaboración íntima entre el Estado y la empresa privada.
- Creatividad, investigación, desarrollo y sentido práctico para su aplicación, desde el nivel artesanal hasta el industrial.
- Constante investigación científica y fuerte desarrollo industrial.
- Organización perfeccionista y administración gerencial eficaz.
- Colaboración sindical como factor decisivo y gravitante en los resultados.
- Perfeccionamiento hasta la sofisticación de las estructuras comerciales.
- Profundo sentido natural del trabajo cooperativo y desprecio por el individualismo cuando éste perjudica a la comunidad.
- Fuerte aprecio y vigencia de las virtudes de la innovación y del consenso.

ACTIVIDAD FUNCIONAL DE UNA COMPAÑÍA TRADING JAPONESA

- Análisis de valor de carácter permanente para perfeccionar la organización y las operaciones en todos sus aspectos.
- Capacitación general y específica del personal seleccionado para desempeñarse en el "management" de la empresa y control minucioso de su evolución.
- Marketing. Servicio integral de inteligencia industrial y comercial. Inves-

tigación de mercados y productos. Investigación científica pura y aplicada. Investigación financiera y crediticia. Promoción. Relaciones públicas.

- Financiación a mediano y largo plazo.
- Planificación, evaluación, decisión y control de los riesgos (tipos de cambio, regulaciones monetarias diversas, abastecimiento y costos de los insumos, alteraciones, variables económicas previstas o imponderables).
- Comercialización interna y externa. Grados de competencia.

CLASIFICACIÓN CONCEPTUAL DE LAS "TRADING" EN EL JAPÓN.

GRANDES EMPRESAS DE COMERCIALIZACIÓN GENERAL

(GENERAL TRADING COMPANY o "SOGO SHOSHA")

Mitsubishi Corporation	(Grupo Mitsubishi)
Mitsui Bussan	(Grupo Mitsui)
Sumitomo Corporation	(Grupo Sumitomo)
Marubeni Corporation	(Grupo Fuyo)
C. Itoh	(Grupo Dai-ichi Kangin)
Nissho - Iwai	(Grupo Sanwa)
Tomen	(Grupo Tokai)
Kanematsu Gosho	(Grupo Kanematsu Gosho y Dai-ichi Kangin)

Las empresas indicadas, más las operaciones de las empresas del Grupo Nichimen, representaron, en 1982, el 52,4% de las exportaciones y el 63,3% de las importaciones totales del Japón.

JAPÓN

SOGO SHOSHA / TRADINGS Co.
RED DE COMERCIALIZACIÓN EXTERNA (1980)

EMPRESA	OFICINAS PROPIAS	FILIALES
Mitsui & Co.	135	272
Marubeni Co.	120	232
C. Itoh & Co.	102	220
Mitsubishi Co.	130	201
Sumitomo Co.	113	128
Nissho Iwai	112	125
Nichimen Co.	68	119
Toyo Menka	70	97
Kanematsu Gosho	68	83

TRASCENDENCIA DE LAS BASES CONCEPTUALES DE LAS "TRADING" PARA LA INSERCIÓN DE LA ARGENTINA EN EL COMERCIO MUNDIAL

OBJETIVOS NACIONALES MÍNIMOS QUE SE DEBE LOGRAR: "CONFIABILIDAD"

- *Estabilidad económica.*
  Mediante el aumento de la producción, inversión directa interna y externa, actualización tecnológica y renovación industrial.

- *Sistema político y social libre y democrático.*
  Asegurando la conducción positiva del *ámbito nacional* en su integridad, del *ámbito internacional* en sus aspectos efectivos y perdurables, de los *agentes económicos* fundamentales y la previsión sobre sus principales variables.

- *Reglas de juego muy claras,* de coordinación y sincronización casi perfectas —no contradictorias— que aseguren sistemas sencillos y eficientes de administración y control.

165

- *Otorgando prioridades concretas*, que favorezcan el desarrollo más acelerado de los *sectores productivos básicos*, de mayor volumen, mejores ventajas comparativas y gran factor multiplicador de otros sectores industriales (agro, petroquímica, siderurgia, servicios).

- *Capacitando ampliamente* en todos los niveles y difundiendo los conceptos de *"el país integrado para el comercio internacional"*.

LAS "TRADING" O "COMPAÑÍAS DE COMERCIO INTERNACIONAL" EN LA ARGENTINA

- DISPOSICIONES LEGALES.

  Ley 23.101, art. 1, inc. g (ley marco).
  Decr. 175/85 (reglamentario).
  Decr. 1140/85 (ampliatorio).
  Res. 557/85 (Registro Nacional de Compañías de Comercialización).
  Decr. 2353/85 (listas de productos de exportación promocionada, anexo 1).
  Res. 673/88 (actualización de la responsabilidad patrimonial mínima, ★ 2.359.314).

- REQUISITOS MÍNIMOS PARA SU RECONOCIMIENTO OFICIAL.

  Constituírse como sociedades anónimas, debiendo integrar sus capitales con acciones nominativas no endosables.

- Demostrar una responsabilidad patrimonial mínima, sustituíble por avales o garantías de los accionistas que cumplan con aquel requisito.

- OBLIGACIONES MÍNIMAS.

  Concretar operaciones por un monto mínimo anual (fijado por el Ministerio de Economía), incluyendo un porcentaje de productos de exportación promocionada.
  Obtener un balance de divisas anual positivo.

- BENEFICIOS.

  Las "trading" inscritas en el Registro Nacional respectivo que incrementen sus exportaciones en un porcentaje a establecer, sobre las exportaciones del año precedente, podrán acceder en forma directa a los beneficios de los regímenes de prefinanciación, financiación y posfinanciación de exportaciones promocionadas y para la apertura de oficinas en el exterior.

- LAS PERSONAS JURÍDICAS QUE SE CONSTITUYAN EXCLUSIVAMENTE CON EL OBJETO DE REALIZAR OPERACIONES DE COMERCIO INTERNACIONAL PODRÁN:

  Exportar o importar bienes y servicios, por cuenta propia o de terceros o asociadas a terceros.

- Celebrar y ejecutar en el país toda clase de contratos con relación a bienes y servicios nacionales destinados a la exportación, y a bienes y servicios importados destinados al mercado interno.

- Llevar a cabo todas las actividades y servicios vinculados con la exportación e importación de bienes y servicios.

- Dentro de las autorizaciones especialmente previstas se incluyen las de estudiar, planificar y actuar de operadora como intermediaria hábil en las negociaciones de "intercambio compensado" (trueque o "barter"), en sus varias modalidades, y la prestación de servicios especiales y de consultoría especializada para cada etapa de esta actividad.

ASPECTOS SOBRESALIENTES DE LOS CONSIDERANDOS DE LA LEY NORTEAMERICANA DE COMPAÑÍAS DE COMERCIO EXTERIOR "EXPORT TRADING COMPANY ACT"

(Ley pública 97-290)

- Aunque los *Estados Unidos es la nación de mayor exportación agrícola en el mundo,* muchos de sus productos no son comercializados tan amplia y eficazmente en el exterior, *como lo podrían ser por medio de empresas tradings.*

- *Los Estados Unidos necesitan intermediarios muy capacitados para el comercio internacional,* capaces de lograr economías de escala y experiencia, tal que le permitan exportar bienes y servicios de manera rentable, a bajos costos unitarios para los productores.

- El desarrollo de las tradings en los Estados Unidos ha sido frenado por *actitudes empresarias y por reglamentaciones gubernamentales.*

- Los servicios actuales para el comercio exterior en los Estados Unidos *están fragmentados en una multitud de funciones separadas entre sí* y las empresas que tratan de ofrecer servicios de comercio exterior *carecen del apoyo financiero indispensable* como para corresponder a una cantidad significativa de potenciales exportadores que existen en el país.

- *El Departamento de Comercio es responsable* por el desarrollo y promoción de las exportaciones estadounidenses y *especialmente de facilitar la exportación de productos manufacturados* por los fabricantes del país.

PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS DEL COMERCIO EXTERIOR DE LOS ESTADOS UNIDOS DE NORTEAMÉRICA Y DE LA "EXPORT TRADING COMPANY ACT"

- La *"Export Trading Company Act"* fue promulgada el 8/10/1982 para "alentar la formación y las operaciones de las compañías comercializado-

ras, asociaciones comerciales exportadoras y servicios comerciales de exportación".

- En razón de que "los continuos y severos déficit del intercambio comercial de los Estados Unidos exigen una inmediata revisión de los obstáculos y la creación de nuevos incentivos a las exportaciones".

- A la fecha de la promulgación de la Export Trading Company Act, exportaba solamente el 2% de las empresas norteamericanas y *apenas 200 empresas* el 80% del total de la exportación de ese país.

- Las "export trading companies" se clasifican en *grandes, medianas y pequeñas,* según estas referencias:
  Grandes: Ventas anuales superiores a u$s 650.000.000, subsidiarias de trasnacionales o holdings.
  Medianas: "Free standing" (no subsidiarias), con ventas anuales de u$s 50.000.000 a u$s 80.000.000 y 75 a 125 empleados.
  Pequeñas: Ventas anuales mínimas de u$s 6.500.000 y 10 a 15 empleados.
  Además: Estaduales, municipales y portuarias.

GENERAL TRADING COMPANIES • REPÚBLICA DE COREA

REQUISITOS EXIGIDOS PARA SU FORMACIÓN Y RECONOCIMIENTO

- Demostrar haber establecido como mínimo diez sucursales en el exterior.

- Demostrar exportaciones mínimas anuales por u$s 1.000.000 a cada uno de diez países diferentes.

- Disponer de un mínimo de siete productos que se hayan exportado por un valor mínimo individual de u$s 500.000.

- Demostrar exportaciones totales mínimas por u$s 50.000.000.

- Demostrar un capital mínimo de 1.000.000.000 de wons (u$s 5.000.000).

- Ser una empresa de capital abierto, con cotización en la bolsa.

X

EXTRACTOS DE LA LEGISLACIÓN MEJICANA SOBRE CONSORCIOS DE EXPORTACIÓN

1. *Requisitos formales.*

La devolución de impuestos se otorgará a las empresas de comercio exterior una vez satisfechos los siguientes requisitos:

— Registrarse en la Secretaría de Hacienda y Crédito Público;

— contar con la aprobación de sus programas de trabajo;

— cumplir con ciertos incrementos de exportaciones (ver arts. 6 y 7 del acuerdo);

— comprobar que los productos exportados satisfacen ciertos requisitos (señalados de acuerdos presidenciales);

— acreditar con las copias de facturas y documentos aduaneros que la operación se realizó por conducto de la empresa de comercio exterior;

— a los beneficiarios que contravengan las disposiciones señaladas se les suspenderán las devoluciones hasta que cumplan o satisfagan los requisitos necesarios. En caso de reincidencia, se cancelará el registro en forma definitiva.

2. *Constitución de empresas de comercio exterior.*

Las empresas de comercio exterior deberán constituírse bajo la forma de sociedad anónima de capital variable, registrarse en la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, y cumplir los siguientes requisitos:

a) *Consorcios de productores de manufacturas.* El capital deberá ser suscrito y totalmente pagado, representado por acciones nominativas; no ser inferior a cinco millones de pesos; ser constituído en un 75% mínimo por empresas industriales (distribuído en aportaciones individuales que no excederán al 15% del capital); el 25% restante podrá ser suscrito por personas físicas o morales de la misma o diferente actividad, con un límite máximo de 5% por suscripción individual. Los consorcios podrán celebrar contratos de prestación de servicios y comisión o mediación mercantil solamente con artesanos o empresas industriales no accionistas, cuyo capital no exceda quince millones de pesos.

b) *Las empresas de servicios.* Un capital social de 2,5 millones de pesos como mínimo totalmente pagado, constituído por aportaciones

individuales nunca superiores al 20% del capital total y representado por acciones nominativas, suscritas por personas físicas mejicanas, o personas morales con mayoría de capital mejicano. Las empresas de servicios sólo podrán realizar exportaciones por cuenta de artesanos y empresas industriales pequeñas y medianas, cuyo capital social no exceda quince millones de pesos.

3. *Organización.*

La organización de los consorcios y de las empresas de servicios será como sigue:

a) Administración a cargo de un consejo;

b) dirección general;

c) gerencias o departamentos de administración; finanzas y contabilidad; relaciones públicas y legales; promoción y ventas; crédito y cobranzas; mercadotecnica; tráfico nacional o internacional y servicio de comunicación;

d) representaciones exclusivas en el exterior, adecuadas a la importancia de los mercados; oficinas comerciales en el exterior, según el caso;

e) personal especializado en cada uno de los servicios o departamentos;

f) instalaciones y servicios apropiados para su funcionamiento.

4. *Programas de trabajo.*

Los consorcios elaborarán sus programas anuales de trabajo, sometiéndolos a la aprobación de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, Dirección General de Estudios Hacendarios y Asuntos Internacionales, quien oirá a la de Industria y Comercio y al Instituto Mejicano de Comercio Exterior.

Los programas de trabajo comprenderán obligatoriamente los siguientes aspectos:

— Promoción en el exterior;

— captación y programación de oferta exportable;

— programas de exportación;

— racionalización de las importaciones y exportaciones de socios y clientes.

5. *Estímulo fiscal.*

Devolución de hasta la totalidad de la percepción neta federal de los impuestos indirectos y el impuesto general de importación que estén cubiertos por sus actividades y que deberán destinarse íntegramente a sufragar los gastos ocasionados por sus operaciones de comercio exterior, a saber:

— *de administración*, entendiéndose por tales los sueldos y prestaciones del personal, arrendamiento de oficinas y bodegas, cuotas de cá-

maras o asociaciones, suscripciones de publicaciones, gastos de papelería y artículos de escritorio, servicios de luz, teléfono, telex, correos y telégrafo, y

— *de promoción*, que comprenden los efectuados en participaciones en ferias, exposiciones, misiones o brigadas comerciales, seminarios y cursos de capacitación de relaciones públicas, edición de catálogos, publicidad y muestrarios, viajes para realizar exportaciones, gastos de representación y de las oficinas en el extranjero.

Para obtener la devolución de los impuestos, los consorcios deberán incrementar la exportación de productos manufacturados en los siguientes términos:

— Durante el primer año, 20% respecto al valor de la exportación realizada durante los doce meses anteriores, considerándose siempre las mismas empresas para el cómputo de los incrementos;

— 15% adicional, acumulativo, durante cada uno de los cuatro años siguientes;

— el incremento señalado deberá ser cubierto en un 30%, como mínimo, con exportaciones de artículos producidos por pequeños y medianos industriales y artesanos;

Las empresas de servicios obtendrán el incentivo fiscal sin ninguna condición respecto al incremento en exportaciones durante el primer año. A partir del segundo año seguirán obteniéndolo si aumentan sus exportaciones en un 20% con relación al primer año. Para los cuatro años siguientes, el incremento deberá ser de 15% acumulativo anual.

El Poder Ejecutivo Nacional

DECRETO nº 1868/91

BUENOS AIRES,

VISTO lo dispuesto por la Ley 5.142, el Expediente N° 7.365/91 del Registro de la SUBSECRETARIA DE HACIENDA del MINISTERIO DE ECONOMIA Y OBRAS Y SERVICIOS PUBLICOS, y

CONSIDERANDO:

Que en el año 1907 fué promulgada la Ley 5.142 por la cual se autorizó al Poder Ejecutivo Nacional para admitir en el Puerto de La Plata o en una porción determinada de él una Zona Franca.

Que dicha medida se fundamentó en la necesidad de contar con instrumentos que facilitaren e impulsaren el comercio y la actividad industrial exportadora, que desde entonces un número significativo de países de distinto grado de desarrollo han utilizado.

Que el instrumento de la Zona Franca mantiene vigencia, toda vez que la disminución de costos asociados a las actividades que se desarrollen se extienden a la inversión y al empleo.

Que el citado instrumento es convergente con la política comercial externa y sus medidas pudiendo contribuir su funcionamiento, como en otros países, a la liberalización y crecimiento de la economía.

Que de las evaluaciones realizadas surge la necesidad, en una primera etapa, de limitar la actividad de dicha

Zona Franca al aspecto comercial, de modo tal que permita mensurar el impacto sobre las actividades que se desarrollan en el Territorio Aduanero General.

Que la región de influencia del Puerto de La Plata podría así competir con otras zonas francas instaladas en la Región, incorporándose plenamente en el proceso de integración regional.

Que las particulares condiciones de la economía nacional y los resultados de algunas políticas de incentivos aconsejan definir más estrictamente algunas actividades y operaciones a desarrollar en la Zona Franca.

Que el hecho de otorgarle un perfil comercial no implica de modo alguno desechar la posibilidad de desarrollar en ella actividades industriales para la exportación, sujetas a lo que surja de una política global sobre Zonas Francas.

Que es intención del Gobierno Nacional formular en el corto plazo una política general al respecto, en virtud de las diversas solicitudes existentes generadas por otras provincias.

Que el presente decreto se dicta en ejercicio de las facultades otorgadas al Poder Ejecutivo Nacional por el inciso 2 del Artículo 87 de la Constitución Nacional y por la Ley 5.142, y de conformidad a las previsiones de los Artículos 3°, inciso b) y 590 al 599 de la Ley N° 22.415 (Código A-

duanero).

Por ello,

EL PRESIDENTE DE LA NACION ARGENTINA

DECRETA:

DEFINICIONES:

ARTICULO 1°.- Para los efectos de este decreto reglamentario, se entenderá por:

a) Zona Franca de La Plata: al área definida en el Anexo I del presente decreto.

b) Territorio Aduanero General: corresponde a lo definido en el Artículo 1° y ss. del Código Aduanero.

c) Territorio Aduanero Especial: corresponde a lo definido en el Artículo 600 del Código Aduanero.

d) Terceros países u otros países: se refiere a ámbitos geográficos distintos a la REPUBLICA ARGENTINA.

AREA FISICA:

ARTICULO 2°.- La Zona Franca creada por Ley 5.142, denominada en adelante Zona Franca de La Plata , es la que determina el presente decreto conforme a lo dispuesto en el Anexo I.

ARTICULO 3°.- Autorízase a la Autoridad de Aplicación del presente régimen a incorporar gradualmente y por etapas, de acuerdo con lo que proponga el Organo de Administración y Explotación de la Zona Franca de La Plata, las sucesivas habi-

BIBLIOTECA Manuel Belgrano

litaciones de la misma dentro del área de expansión establecida en el Anexo I del presente decreto.

La Autoridad de Aplicación contará con SESENTA (60) días para expedirse al respecto; transcurrido dicho período quedará firme la habilitación solicitada.

ARTICULO 4°.- La Provincia de Buenos Aires, destina para su afectación exclusiva a la Zona Franca de La Plata los terrenos de su propiedad que comprenden la totalidad de la superficie demarcada en el Anexo I, que constituyen la zona inicial en que operará la Zona Franca. Dichas tierras son aptas, libres de derechos de terceros, fuera de litigio y desocupadas, para los usos previstos en la Ley. Todo ello de acuerdo con lo establecido en el convenio suscripto con la Nación que forma parte del Anexo II del presente decreto. Las tierras sujetas a las sucesivas habilitaciones a las que se refiere el Artículo 3°, deberán ser fiscales, teniendo la Provincia de Buenos Aires el uso y goce de las mismas, aptas, libres de derechos de terceros, fuera de litigio y desocupadas para los usos permitidos en la Ley, cuya demarcación se consigna en el Anexo I del presente decreto.

ARTICULO 5°.- El área declarada Zona Franca de La Plata está definida en sus límites según el Artículo 2° y será cercada de forma de garantizar su aislamiento respecto del Territorio Aduanero General.

FUNCIONES Y AUTORIDADES:

ARTICULO 6°.- Las horas y lugares de ingreso y egreso de la

Zona Franca de La Plata serán los determinados por el Organo de Administración y Explotación de la Zona Franca de La Plata de conformidad a las reglamentaciones que este dicte.

ARTICULO 7°.- Queda prohibido habitar transitoria o permanentemente dentro de la Zona Franca de La Plata.

ARTICULO 8°.- Queda prohibido el ingreso de personas y/o mercaderías por lugares diferentes a los autorizados.

ARTICULO 9°.- La Autoridad de Aplicación será el MINISTERIO DE ECONOMIA Y OBRAS Y SERVICIOS PUBLICOS de la NACION, por intermedio de la SUBSECRETARIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO, que entenderá en lo relativo a la Zona Franca de La Plata.

ARTICULO 10.- Los demás organismos intervinientes con competencia en las operaciones de la Zona Franca de La Plata dictarán las disposiciones complementarias.

ARTICULO 11.- La ADMINISTRACION NACIONAL DE ADUANAS dictará las reglamentaciones pertinentes, a los efectos de facilitar y simplificar los trámites aduaneros vinculados con el presente régimen.

ARTICULO 12.- La explotación de la Zona Franca de La Plata será de carácter privado o mixto. Las obras de infraestructura necesarias, correrán por cuenta del concesionario de la Zona Franca de La Plata.

ARTICULO 13.- La explotación se ofrecerá en concesión y por licitación pública la que se ajustará a las condiciones que establezca el Organo de Administración y Explotación en el Reglamento de Funcionamiento de la Zona Franca de La Plata.

La licitación y la adjudicación de la concesión deberán ser aprobadas por la Autoridad de Aplicación, en un término no superior a los SESENTA (60) días.

ARTICULO 14.- El Organo de Administración y Explotación de la Zona Franca de La Plata es un organismo público provincial que funcionará en la órbita del Poder Ejecutivo de la Provincia de Buenos Aires, que contemplará en su integración la participación de representantes del Poder Ejecutivo Provincial y de los Municipios de La Plata, Berisso y Ensenada.

ARTICULO 15.- El Organo de Administración y Explotación tendrá las siguientes funciones:

a) Elaborar el Reglamento de Funcionamiento, y elevarlo para su consideración a la Autoridad de Aplicación. Transcurrido TREINTA (30) días de su elevación, salvo resolución en contrario, quedará firme la aprobación del mismo. Dicho Reglamento deberá contener el plazo, la modalidad y las condiciones de la concesión de la explotación de Zona Franca de La Plata como también los términos y condiciones contractuales para la admisión de los usuarios, que también se hará por licitación pública.

b) Administrar la Zona Franca de La Plata.

c) Evaluar técnica y económicamente los proyectos que presenten los candidatos a la explotación de la Zona Franca de La Plata.

d) Adjudicar la concesión de explotación de la Zona Franca de La Plata con aprobación de la Autoridad de Aplicación, y supervisar la ejecución del proyecto y el funcionamiento.

e) Fiscalizar el cumplimiento de las obligaciones contraídas por el concesionario a cargo de la explotación.

f) Servir a la Autoridad de Aplicación como órgano de consulta y asesoramiento permanente sobre las actividades de la Zona Franca de La Plata.

g) Evaluar el impacto regional de la Zona Franca de La Plata y articular su funcionamiento con los planes regionales de los municipios y los planes provinciales.

h) Remitir toda información que requiera la Autoridad de Aplicación.

ARTICULO 16.- El Organo de Administración y Explotación propiciará la libre concurrencia en la prestación de servicios dentro de la Zona Franca de La Plata.

ARTICULO 17.- El o los concesionario/s tendrá/n las siguientes obligaciones:

a) Realizar las obras de infraestructura en la Zona Franca de La Plata que sean necesarias para su normal funcionamiento, que formen parte del proyecto aprobado por el Organo de Administración y Explotación, y la Autoridad de Aplicación.

b) Promover y facilitar el desarrollo de las operaciones, negociaciones y actividades en la Zona Franca de La Plata.

c) Urbanizar, proyectar y construir edificios para las distintas actividades permitidas en la Zona Franca de La Plata.

d) Alquilar mediante licitación pública a los usuarios lotes para la construcción de edificios destinados a las distintas actividades. No podrá cederse el uso de la totalidad del área de la Zona Franca de La Plata a un solo usuario.

e) Celebrar toda clase de contratos relacionados con sus actividades.

f) Dictar y modificar su propio Reglamento Interno de Operación ajustado a la legislación y reglamentaciones vigentes.

g) Asegurar la prestación de servicios de agua, luz, gas, telecomunicaciones, fuerza motriz, calor, refrigeración o cualquier otra clase de servicios necesarios para las operaciones de la Zona Franca de La Plata en concordancia con lo dispuesto en el artículo 16 del presente decreto.

h) Cumplir y hacer cumplir el Reglamento de Funcionamiento. El concesionario será solidariamente responsable con los usuarios que lo transgredan.

ARTICULO 18.- A los efectos de asegurar lo establecido en los

Artículos 16 y 17, inciso g), la Autoridad de Aplicación, en el término de NOVENTA (90) días de dictado el presente decreto, propondrá al Poder Ejecutivo Nacional, las medidas necesarias para establecer la desregulación de los servicios públicos y/o privados, prestados en la Zona Franca de La Plata.

ARTICULO 19.- El o los concesionario/s podrá/n construir edificios e instalaciones para alquiler en la Zona Franca de La Plata.

ARTICULO 20.- Los usuarios de la Zona Franca de La Plata deberán constituir una persona jurídica o llevar contabilidad separada de otras sociedades instaladas en el Territorio Aduanero General o Especial.

ACTIVIDADES:

ARTICULO 21.- En la Zona Franca de La Plata las mercaderías pueden ser objeto de las operaciones necesarias para asegurar su conservación, y de las manipulaciones ordinarias destinadas a mejorar su presentación o su calidad comercial o a acondicionarlas para el transporte, tales como, división o reunión de bultos, formación de lotes, clasificación y cambio de embalaje. La mercadería también puede ser objeto de transferencia.

La Autoridad de Aplicación en una posterior etapa, y en concordancia con la legislación que se dicte, podrá autorizar actividades industriales para exportación.

ARTICULO 22.- No regirán para las operaciones de la Zona Franca de La Plata, restricciones económicas ni depósitos

previos a las operaciones de comercio internacional.

TRATAMIENTO FISCAL Y ADUANERO:

ARTICULO 23.- Con las salvedades que establece este decreto, serán aplicables a la Zona Franca de La Plata la totalidad de las disposiciones de carácter impositivo y aduanero, incluídas las de carácter represivo.

La SUBSECRETARIA DE FINANZAS PUBLICAS propondrá, en el término de NOVENTA (90) días de dictado el presente decreto, las medidas necesarias tendientes a la concesión de exenciones o desgravaciones de los tributos que gravan los servicios básicos que se presten dentro de la Zona Franca de La Plata.

Asimismo deberá establecer en el mismo plazo, el régimen tributario a aplicar a las actividades que se realicen dentro de la Zona Franca de La Plata.

ARTICULO 24.- La mercadería que ingrese a la Zona Franca de La Plata estará exenta de los tributos que gravaren su importación para consumo, vigentes o a crearse, salvo las tasas correspondientes a los servicios efectivamente prestados.

La SUBSECRETARIA DE FINANZAS PUBLICAS, dentro del plazo de NOVENTA (90) días, adoptará las medidas necesarias tendientes a evitar la repetición de la percepción de la Tasa de Estadística, en la operaciones de importación y exportación con orígen en la Zona Franca de La Plata.

ARTICULO 25.- La mercadería que salga de la Zona Franca, estará exenta del pago de los tributos que gravan su exporta-

ción para consumo, vigentes o a crearse, salvo las tasas correspondientes a los servicios efectivamente prestados. Tales exportaciones no estarán sujetas a ninguna restricción económica creada o a crearse.

ARTICULO 26.- La introducción de mercaderías a la Zona Franca, proveniente del Territorio Aduanero General o Especial, será considerada como una importación.

ARTICULO 27.- La extracción de mercaderías, desde la Zona Franca de La Plata hacia el Territorio Aduanero General o Especial será considerada como una exportación.

ARTICULO 28.- Los estímulos a la exportación que correspondan a las exportaciones desde el Territorio Aduanero General, o Especial a la Zona Franca, serán liquidados una vez que la mercadería fuera extraída de dicha zona hacia otro país y dentro del plazo que a este efecto establecen las normas generales que rigen la materia, ya sea en el estado que poseía cuando ingresó a la misma, o en otro.

ARTICULO 29.- Las exportaciones efectuadas desde la Zona Franca de La Plata hacia otro país gozarán de la devolución de tributos en las siguientes condiciones:

a) cuando correspondan a tributos pasibles de devolución a los exportadores del Territorio Aduanero General, y

b) observando proporciones equivalentes a las vigentes en el Territorio Aduanero General entre los porcentuales de devolución y las tasas que rigen

en los respectivos tributos.

ARTICULO 30.- Las exportaciones efectuadas desde la Zona Franca de La Plata no gozarán de otros incentivos que correspondan a las exportaciones efectuadas desde el resto del territorio nacional excepto los derivados de Acuerdos Internacionales suscriptos por la REPUBLICA ARGENTINA.

ARTICULO 31.- Podrán introducirse en la Zona Franca de La Plata toda clase de mercaderías y servicios, estén o no incluídos en listas de importación permitida, creadas o a crearse, con la sola excepción de especies que atenten contra la moral, la salud, la sanidad vegetal y animal, la seguridad y la preservación del medio ambiente.

ARTICULO 32.- Los regímenes de importación temporaria vigentes en el Territorio Aduanero General, serán aplicables a las operaciones que se cursen bajo dicha destinación desde o hacia la Zona Franca de La Plata.

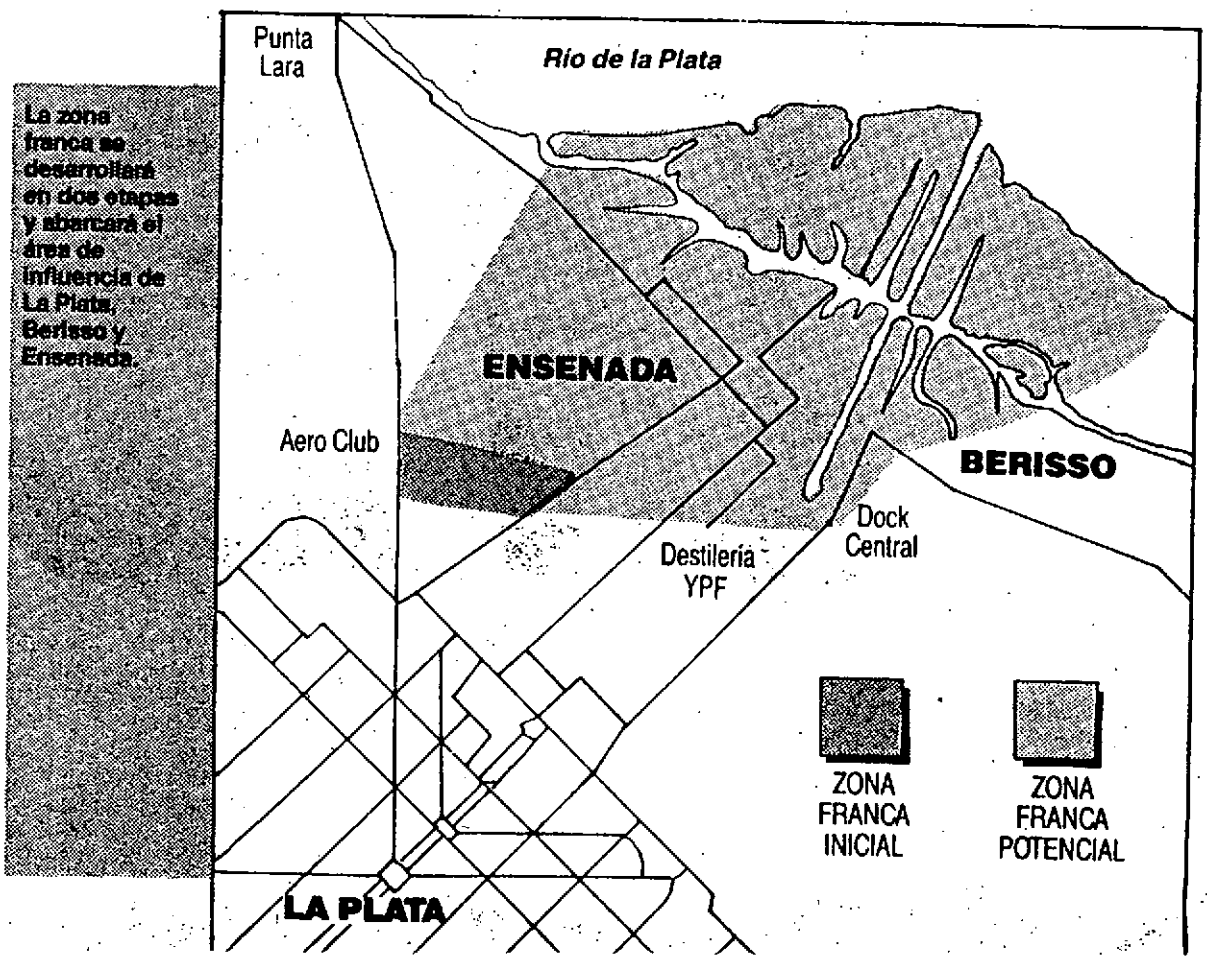
ARTICULO 33.- No regirán para las operaciones de la Zona Franca de La Plata restricciones a las operaciones en divisas ni depósitos previos a las operaciones de comercio internacional.

ARTICULO 34.- Créase en el ámbito del MINISTERIO DE ECONOMIA Y OBRAS Y SERVICIOS PUBLICOS una Comisión Técnica a efectos de que evalúe y proponga al Poder Ejecutivo Nacional, en el término de CIENTO OCHENTA (180) días de dictado el presente decreto, un proyecto de legislación general sobre Zonas Fran-

cas.

ARTICULO 35.- Comuníquese, publíquese, dése a la DIRECCION NACIONAL DEL REGISTRO OFICIAL y archívese.

DECRETO N°



Cuadro 1

SINTESIS DE INSTRUMENTOS PROMOCIONALES

a. Incentivos fiscales impositivos:

a.1. Con relación a los costos de los productos exportados:

(i) Devolución del IVA
(ii) Reembolso o reintegro - Devolución de Impuestos Dec. 1.555/86
(iii) Draw-back
(iv) Impuestos internos: exención

a.2. Sobre la actividad de las empresas exportadoras:

(i) Deducción del impuesto a las ganancias
(ii) Exención del impuesto de sellos
(iii) Exención del impuesto sobre los ingresos brutos

b. Incentivos financieros:

(i) Prefinanciación
(ii) Financiación
(iii) Posfinanciación

c. Beneficios a la exportación en el marco de la Promoción Industrial:

(i) Reembolso Area Aduanera Especial Tierra del Fuego
(ii) Reembolso Puertos Patagónicos
(iii) Reembolso Patagónico

d. Otros incentivos - Varios:

x (i) PEEX-Programas Especiales de Exportación
x (ii) Plantas llave en mano
x (iii) Ajuste compensador
(iv) Intercambio compensado
x (v) Proyecto ARGEX - Dec. 1.553/86
x (vi) Admisión temporaria (reemplazada por nuevo proyecto.)
x (vii) FOPEX-Fondo Promoción de Exportaciones
x (viii) Consorcios de Exportación
(ix) CCI (Tradings) - Compañías de Comercialización Internacional.

x = derogados por Decreto n- 2032 3o sept.1991

ESTADISTICA DE COMERCIO EXTERIOR

+

I -SECCION INTERNACIONAL

II -SECCION NACIONAL

Fuentes

Están indicadas en cada Cuadro.

Recopilación

CARI.-Consejo Argentino para las Relaciones Internacionales. "El Comercio Exterior Argentino en la Década de 1990" Ed.Manantial 1991

#

II. SECCION NACIONAL

INDICE DE CUADROS

1. El comercio exterior argentino.

2. Composición del comercio exterior argentino por principales rubros.

3. Evolución de las exportaciones por grandes rubros.

4. Evolución de las importaciones según su clasificación económica.

5. Dirección del comercio exterior.

6. Principales socios comerciales.

   6.1. Exportaciones por países.
   6.2. Importaciones por países.

7. Ranking de las principales empresas exportadoras.

8. Composición de las exportaciones e importaciones de servicios reales.

9. Participación argentina en el comercio internacional.

10. Participación argentina en el comercio exterior de productos agropecuarios (trigo, maíz, sorgo y soja).

11. Evolución de las exportaciones de bienes de un conjunto de países seleccionados.

12. Evolución de los términos de intercambio.

13. Inserción de la economía en el comercio internacional.

   13.1. Exportaciones en relación al Producto.
   13.2. Importaciones en relación al Producto.

Cuadro 1
COMERCIO EXTERIOR ARGENTINO
(en millones de dólares)

Año	Exportaciones			Importaciones			Intercambio Comercial		
	Corrientes	Constantes	Var. anual volumen %	Corrientes	Constantes	Var. anual volumen %	Corrientes	Constantes	Var. anual volumen %
1950	1.178	3.406		964	3.204		2.142	6.610	
1960	1.079	3.541	0,39	1.249	3.593	1,15	2.328	7.134	0,77
1970	1.773	5.366	4,24	1.694	4.381	2,00	3.467	9.747	3,17
1980	8.021	8.021	4,10	10.541	10.541	9,18	18.562	18.562	6,65
1981	9.143	8.758	9,18	9.430	9.747	(7,53)	18.573	18.504	(0,31)
1982	7.624	8.979	2,53	5.337	5.626	(42,26)	12.961	14.605	(21,07)
1983	7.836	10.194	13,53	4.504	5.097	(9,40)	12.340	15.291	4,70
1984	8.107	10.060	(1,32)	4.585	5.327	4,51	12.692	15.387	0,62
1985	8.396	11.527	14,58	3.814	4.264	(19,95)	12.210	15.791	2,63
1986	6.852	10.711	(7,07)	4.724	5.088	19,32	11.576	15.800	0,05
1987	6.360	10.336	(3,50)	5.820	5.620	10,45	12.180	15.956	0,99
1988	9.133	12.697	22,84	5.324	4.789	(14,79)	14.457	17.486	9,58
1989	9.573	12.611	(0,68)	4.199	3.556	(25,74)	13.772	16.167	(7,54)
1990*	12.339	16.402	30,06	4.078	3.478	(2,19)	16.417	19.880	22,97

Las exportaciones y las importaciones fueron deflactadas por el índice de variación de precios de exportación y de importación respectivamente.
Año base 1980=100.
* Cifras provisorias.
Fuente: INDEC.

Cuadro 2
COMPOSICION DEL COMERCIO EXTERIOR ARGENTINO POR PRINCIPALES RUBROS
(en millones de dólares corrientes)

	Exportaciones																			
	1980	%	1981	%	1982	%	1983	%	1984	%	1985	%	1986	%	1987	%	1988	%	1989	%
1. Produc. pecuarios	1.753	21,9	1.799	19.7	1.464	19.2	1.171	14,9	1.020	12,6	945	11.3	1.067	15,6	1.231	19,4	1.360	14,9	1.462	15,3
Carnes	969	12,1	932	10,2	806	10,6	604	7,7	390	4,8	367	4,4	466	6,8	602	9,5	613	6,7	722	7,5
Lanas, pelos y crines	286	3,6	338	3,7	234	3,1	188	2,4	227	2,8	196	2,3	179	2,6	190	3,0	244	2,7	172	1,8
Cueros y pieles	364	4,5	388	4,2	298	3,9	264	3,4	305	3,8	289	3,4	341	5,0	358	5,6	373	4,1	364	3,8
Otros	134	1,7	141	1,5	126	1,7	115	1,5	98	1,2	93	1,1	81	1,2	81	1,3	130	1,4	204	2,1
2. Produc. agrícolas	3.998	49,8	4.863	53,2	3.645	47,8	4.899	62,5	5,210	64,3	4.985	59,4	3.762	54,9	2.908	45,7	4.500	49,3	3.996	41,7
Cereales	1.742	21,7	2.920	31,9	1.903	25,0	2.992	38,2	2.311	28,5	2.322	27,7	1.295	18,9	776	12,2	998	10,9	1.063	11,1
Oleaginosas	1.329	16,6	1.184	12,9	1.161	15,2	2.356	29,1	2.356	29,1	2.000	23,8	1.886	27,5	1.630	25,6	2.773	30,4	2.226	23,3
Otros prod. agrícolas	927	11,6	759	8,3	581	7,6	547	7,0	543	6,7	663	7.9	581	8,5	502	7,9	729	8,0	707	7,4
3. Pesca	140	1,7	137	1,5	188	2,5	165	2,1	132	1,6	148	1,8	215	3,1	260	4,1	253	2,8	274	2,9
Total produc. agropecuarios	5.891	73,4	6.799	74,4	5.297	69,5	6.235	79,6	6.362	78,5	6.078	72,4	5.044	73,6	4.399	69,2	6.113	66,9	5.732	59,9

Cuadro 2 (continuación)

Exportaciones

	1980	%	1981	%	1982	%	1983	%	1984	%	1985	%	1986	%	1987	%	1988	%	1989	%	1990*
4. Productos industriales	2.130	26,6	2.344	25,6	2.327	30,5	1.601	20,4	1.745	21,5	2.318	27,6	1.808	26,4	1.961	30,8	3.020	33,1	3.841	41,1	
Combustibles	280	3,5	618	5,8	551	7,2	349	4,5	350	4,3	636	7,6	164	2,4	97	1,5	156	1,7	326	3,4	
Otros productos industriales	1.850	23,1	1.726	18,9	1.776	23,2	1.252	16,0	1.395	17,2	1.682	20,0	1.644	24,0	1.864	29,3	2.864	31,4	3.515	36,7	
Total general	8.021	100,0	9.143	100,0	7.624	100,0	7.836	100,0	8.107	100,0	8.396	100,0	6.852	100,0	6.360	100,0	9.133	100,0	9.573	100,0	12.339

Importaciones

	1980	%	1981	%	1982	%	1983	%	1984	%	1985	%	1986	%	1987	%	1988	%	1989	%	1990*
1. Bienes de capital	2.392	22,7	2.059	21,8	950	17,8	769	17,1	643	14,0	648	17,0	614	13,0	973	16,7	847	15,9	716	17,1	
2. Bienes de consumo	1.857	17,6	1.632	17,3	395	7,4	209	4,6	250	5,4	198	5,2	287	6,1	318	5,5	226	4,2	210	5,0	
3. Bienes intermedios	6.292	59,7	5.739	60,9	3.992	74,8	3.527	78,3	3.692	80,6	2.968	77,8	3.823	80,9	4.527	77,8	4,250	79,8	3.273	77,9	
Total	10.541	100,0	9.430	100,0	5.337	100,0	4.504	100,0	4.585	100,0	3.814	100,0	4.724	100,0	5.818	100,0	5.323	100,0	4.199	100,0	4.078

* Cifras provisorias
Fuente: Cepal sobre la base de datos del INDEC.

Cuadro 3 (Continuación)

	1980	1981	1982	1983	1984	1985	1986	1987	1988	1989
Manufacturas de origen industrial (MOI)	1.788	2.090	2.106	1.386	1.467	2.107	1.634	1.776	2.763	3.466
Comb. y derivados de comb. minerales	280	622	552	348	347	566	146	87	139	296
Productos químicos y conexos	317	316	275	242	222	279	228	291	458	487
Materias plásticas artificiales	13	11	31	53	58	49	63	83	179	170
Caucho y sus manufacturas	13	22	23	26	28	43	31	38	65	72
Manufac. de cuero, marroquinería, etc.	127	59	41	27	21	22	30	47	60	65
Papel, cartón, imprenta y publicaciones.	68	58	47	27	25	27	28	49	93	116
Textiles y confecciones	68	35	41	30	21	50	63	113	134	192
Calzados y sus partes componentes	3	3	7	6	2	2	9	37	37	41
Manufac. de piedra, yeso, etc. y product. cerámicos	28	23	21	9	10	12	20	38	45	73
Piedras y metales preciosos y sus manufacturas	24	27	6	1	1	*	*	*	1	2
Metales comunes y sus manufac.	318	449	514	319	316	508	474	532	912	1.236
Máq. y aparatos, material elect.	317	306	295	181	211	268	280	270	384	430
Material de transporte	174	126	216	92	168	236	212	135	171	190
Otras manufacturas de origen industrial	40	33	34	26	35	45	50	56	85	96
Total no clasificado	88	4	1	1	2	15	6	12	7	1
Total general	8.021	9.143	7.624	7.836	8.107	8.396	6.852	6.360	9.133	9.573

* Menos de 500.000 dólares.
Nota: Las cifras pueden no coincidir con los totales por redondeo.
Fuente: DGEI (SSIC) en base a INDEC.

Cuadro 3
EVOLUCION DE LAS EXPORTACIONES POR GRANDES RUBROS
(en millones de dólares corrientes)

RUBRO	1980	1981	1982	1983	1984	1985	1986	1987	1988	1989
Productos primarios	3.194	4.163	3.030	3.810	3.678	3.677	2.525	1.746	2.421	2.081
Animales vivos	6	6	6	4	3	5	5	6	7	8
Pescados y mariscos sin elaborar	135	134	184	161	155	144	208	248	251	259
Miel	19	27	27	25	20	26	24	27	29	23
Hortalizas, legumbres sin elaborar	121	98	99	79	84	94	126	81	83	96
Frutas frescas	184	163	170	122	95	123	124	153	159	152
Cereales	1.631	2.831	1.821	2.894	2.240	2.263	1.245	744	921	1.022
Semillas y frutos oleaginosos	671	648	460	366	952	735	647	334	634	211
Tabaco sin elaborar	28	28	59	49	46	56	39	38	46	56
Lana sucia	235	164	116	79	94	94	65	63	90	66
Fibra de algodón	123	29	69	9	64	75	4	11	133	86
Resto primarios	41	35	19	22	17	90	38	41	68	108
Manufacturas de origen agropecuario (MOA)	2.951	2.886	2.487	2.639	2.868	2.596	2.687	2.826	3.943	4.018
Carnes	966	930	805	603	413	398	484	617	621	742
Pescados y mariscos elaborados	8	5	5	5	4	5	8	10	12	22
Productos lácteos	21	27	52	49	16	16	23	16	57	137
Otros productos de origen animal	17	14	9	7	5	6	8	9	10	9
Frutas secas o congeladas	13	12	13	12	11	14	14	15	18	16
Te, yerba mate, especies, etc.	38	33	35	43	63	38	33	30	34	42
Productos de molinería	23	11	11	22	27	25	14	12	14	33
Grasas y aceites	524	395	429	538	931	993	654	546	921	876
Azúcar y artículos de confitería	320	288	64	187	108	34	35	29	67	63
Preparados de legumbres y hortalizas	69	63	70	60	50	47	48	83	105	134
Bebidas, líquidos alcohólicos y vinagre	52	43	37	26	26	23	18	18	27	41
Residuos y desperdicios de las indust. alimenticias	413	397	439	644	724	515	822	877	1.443	1.335
Extractos curtientes y tintoreos	40	54	66	48	41	41	41	43	38	39
Pieles y cueros	372	425	322	272	309	294	351	371	383	374
Lanas elaboradas	47	167	112	105	122	129	114	127	153	106
Resto M.O.A	28	22	18	18	18	18	20	23	40	49

Fuente: DGEI (SSIC) sobre la base del INDEC

Cuadro 4
IMPORTACIONES SEGUN CLASIFICACION ECONOMICA
(Valor CIF en miles de dólares corrientes)

Clasificado	1985	1986	1987	1988	1989
BIENES DE CAPITAL COMPLETOS	604233	553538	855657	772126	624349
Animales vivos para reproducción	2547	1059	3913	4321	4226
Depósitos y cisternas	1901	2899	8594	2689	868
Calderas, gen. de vapor y gas y plantas auxiliares	1509	317	1318	1650	675
Motores de explosión y de combustión interna	12797	9523	13783	14918	12981
Turbinas, turbo reactores y otras maq. motrices	1432	2004	2423	5893	4847
Tractores	9913	4387	13175	4407	9828
Maquinaria agrícola	3199	1322	5110	8340	13848
Máquinas para la industria alimenticia	11601	16070	21703	27009	18892
Máq. para fabricación de papel y artes gráficas	22746	20717	25863	27533	17834
Máquinas para la industria textil y del cuero	53937	45900	98506	84824	75375
Máq. herramientas y herram. electromecánicas	39138	28240	50850	61342	38476
Máquinas para elaboración de metales	7752	9193	66191	37858	11038
Máquinas para la modificación de temperatura	12170	18411	34209	49871	26954
Bombas, motobombas y turbobombas	52316	54420	63203	66378	47686
Máq. para el movimiento de material y mercancía	10324	10940	28158	23149	14502
Equipos de ingeniería civil	18814	30071	57108	19310	19939
Máquinas de oficina	13439	15795	11004	7310	5771
Máq. automáticas para procesamiento de datos	122597	91311	89716	72710	87894
Otras máquinas y aparatos especiales	48895	66112	90969	99908	50775
Generadores de electricidad	9773	6459	13403	10071	15119
Aparatos para corte y distribución de electricidad	3941	3584	3389	6074	3880
Receptores, transm. de radio/Tv, rep. de sonido, etc.	31387	13654	10941	8524	9188
Otras máquinas y aparatos eléctricos	5309	8027	7485	6903	3724
Vehículos y material ferroviario	17451	522	3004	3910	623
Vehículos automotores	25614	28333	32461	8730	10603
Aparatos para la navegacion aérea	3075	859	3843	2308	1841
Barcos y material naval	10712	470	2	1546	52143
Aparatos médicos y electromédicos	8766	12111	17971	23191	13273
Instrum. de óptica. fotografía y cinematografía	10405	12871	16593	13177	4215
Aparatos de medición y control	26779	30814	46552	52099	35369
Otros Bienes de Capital completos	3994	7143	14217	16173	11964
PARTES Y PIEZAS DE BIENES DE CAPITAL	470563	529974	742120	628252	436859
Neumáticos	90	171	154	254	103
Calderas, gen. de vapor y gas y plantas auxiliares	7090	3074	21985	23161	7681
Motores de explosión y de combustión interna	35608	49456	73291	53815	38259
Turbinas, turbo reactores y otras máq. motrices	7040	12859	12893	20773	12329
Maquinaria agrícola	2285	617	739	291	1
Máquinas para la industria alimenticia	9226	9472	12791	9847	7285
Máq. para fabricación de papel y artes gráficas	3004	4067	4541	3802	2671
Máquinas para la industria textil y del cuero	17259	17674	25066	24766	17558
Máq. herramientas y herram. electromecánicas	6771	6650	9454	8866	5290
Máquinas para elaboración de metales	931	410	15650	7161	1975
Maquinas para la modificación de temperatura	11957	11249	16622	24813	15739
Bombas, motobombas y turbobombas	20003	23537	21834	22426	24238
Maquinas para el movimento de mat. y mercancía	4445	4157	5352	5556	3422
Equipos de ingeniería civil	5393	6748	7188	10924	10261
Máquinas de oficina	24627	4519	4458	5304	2946
Otras máquinas y aparatos especiales	85244	93462	112327	111553	85710
Generadores de electricidad	1614	378	0	0	0
Recept., transm. de radio/Tv, rep. de sonido, etc.	20218	33640	104455	60559	16473
Otras máquinas y aparatos eléctricos	1829	0	0	0	0

Cuadro 4 (continuación)

Clasificado	1985	1986	1987	1988	1989
Vehículos y material ferroviario	5080	5410	4460	7681	3888
Vehículos automotores	197095	224527	250889	180796	145063
Aparatos para la navegación aérea	1330	907	1640	1002	1723
Barcos y material naval	0	3	57	3	23
Aparatos médicos y electromédicos	758	752	858	1150	266
Instrum. de óptica, fotografía y cinematografía	0	0	0	0	0
Aparatos de medición y control	389	76	1	2	4
Otras partes y piezas de Bienes de Capital	1277	16159	35415	43747	33952
COMBUSTIBLES	454157	417814	657375	489319	364333
Combustibles a base de carbón	52971	72778	69888	77449	77073
Combustibles a base de petróleo	16489	2690	273074	187745	70296
Combustibles a base de gas	384696	342334	314400	224124	216964
Combustibles a base de leña	1	12	13	1	0
MAT. PRIMAS Y BIENES INTERMEDIOS para:	2110953	2908943	3234839	3191978	2582399
Elaboración de bebidas, alimentos y tabaco	143785	237392	175414	135460	114054
Textiles, prendas de vestir e industria del cuero	91622	146290	161803	125066	122014
Industria de la madera incl. muebles y corcho	33705	56314	53699	41387	33357
Fabricación de papel, imprenta y editoriales	68468	115940	135548	97568	60477
Productos químicos y conexos	743287	958497	951097	1025233	1008557
Materias plásticas artificiales	130914	210802	234469	208751	149208
Caucho	39137	62988	64559	75924	57091
Industrias minerales no metálicas	58324	87353	99579	88611	80588
Industrias metálicas básicas	86764	106861	115952	116795	152786
Industrias metalúrgicas	293690	363233	522278	636258	369350
Herram. y manuf. diversas de metales comunes	24665	23419	27749	31759	22246
Bienes intermedios para máquinas y equipos	359725	504225	638163	565075	386383
Material de transporte	13614	4738	17318	8511	5411
Otras Materias Primas y Bienes Intermedios	23253	30891	37211	35580	20876
BIENES DE CONSUMO DURADEROS	84141	163704	164795	113362	98859
Indumentaria y accesorios	6908	7537	8261	5491	3327
Equipamiento y funcionamiento del hogar	15556	20212	20112	21615	17747
Atención de la salud	1455	1854	1913	1755	808
Transporte	9798	15990	20939	19143	12935
Esparcimiento y cultura	25724	84420	95676	55789	54255
Otros Bienes de Consumo duraderos	24700	33691	17894	9569	9786
BIENES DE CONSUMO NO DURADEROS	90182	150161	164012	121356	85155
Alimentos y bebidas	52926	109090	110947	79292	51623
Equipamiento y funcionamiento del hogar	697	1285	1962	1387	1974
Atención de la salud	27873	34394	38236	31733	25970
Transporte	10	11	153	1	661
Esparcimiento y cultura	410	675	757	1488	2320
Otros Bienes de Consumo no duraderos	8266	4706	11957	7455	2608
Sin clasificar	0	0	0	6052	8563
TOTAL GENERAL	3814229	4724134	5818798	5322445	4200517

Fuente: DGEI (SSIC) en base a INDEC -Dirección Nacional de Estadística de Comercio.
Nota: Las cifras pueden no coincidir por redondeo.

Cuadro 5
DIRECCION DEL COMERCIO EXTERIOR ARGENTINO
(en millones de dólares corrientes)

Exportaciones

Año	Total	%	ALADI[1]	%	Brasil	%	EE.UU.	%	CE[2]	%	Italia	%	España	%	Japón	%	URSS	%	Resto	%
1980	8.021	100,0	966	12,0	765	9,5	696	8,7	1.652	20,6	520	6,5	172	2,1	211	2,6	1.614	20,1	1.425	17,8
1981	9.143	100,0	1.223	13,4	595	6,5	843	9,2	1.579	17,3	376	4,1	194	2,1	166	1,8	2.963	32,4	1.204	13,2
1982	7.624	100,0	947	12,4	568	7,5	1.008	13,2	1.320	17,3	289	3,8	224	2,9	283	3,7	1.586	20,8	1.399	18,3
1983	7.836	100,0	676	8,6	358	4,6	760	9,7	1.210	15,4	340	4,3	198	2,5	376	4,8	1.638	20,9	2.280	29,1
1984	8.107	100,0	908	11,2	478	5,9	851	10,5	1.562	19,3	377	4,7	233	2,9	268	3,3	1.192	14,7	2.238	27,6
1985	8.396	100,0	990	11,8	496	5,9	999	11,9	1.433	17,1	301	3,6	231	2,8	361	4,3	1.209	14,4	2.376	28,3
1986	6.852	100,0	851	12,4	698	10,2	678	9,9	1.510	22,0	285	4,2	171	2,5	391	5,7	206	3,0	2.062	30,1
1987	6.360	100,0	778	12,2	539	8,5	897	14,1	1.355	21,3	232	3,6	155	2,4	223	3,5	642	10,1	1.539	24,2
1988	9.133	100,0	1.163	12,4	608	6,7	1.206	13,2	2.147	23,5	339	3,7	190	2,1	338	3,7	849	9,3	2.320	25,4
1989	9.573	100,0	1.263	13,2	1.124	11,7	1.150	12,0	2.022	21,1	290	3,0	187	2,0	270	2,8	829	8,7	2.438	25,4
1990	12.339																			

Importaciones

Año	Total	%	ALADI[1]	%	Brasil	%	EE.UU.	%	CE[2]	%	Italia	%	España	%	Japón	%	URSS	%	Resto	%
1980	10.541	100,0	1.066	10,1	1072	10,2	2.363	22,4	2.053	19,5	673	6,4	406	3,9	977	9,3	15	0,1	1.916	18,2
1981	9.430	100,0	994	10,5	893	9,5	2.073	22,0	1.947	20,6	487	5,2	319	3,4	965	10,2	32	0,3	1.720	18,2
1982	5.337	100,0	847	15,9	688	12,9	1.160	21,7	950	17,8	231	4,3	182	3,4	430	8,0	28	0,5	820	15,4
1983	4.504	100,0	779	17,3	667	14,8	973	21,6	842	18,7	230	5,1	153	3,4	306	6,8	32	0,7	522	11,6
1984	4.585	100,0	810	17,7	831	18,1	839	18,3	847	18,5	191	4,2	90	2,0	376	8,2	37	0,8	564	12,3
1985	3.814	100,0	685	18,0	612	16,0	687	18,0	776	20,3	234	6,1	69	1,8	267	7,0	42	1,1	442	11,6
1986	4.724	100,0	906	19,2	691	14,6	827	17,5	1.019	21,6	239	5,1	103	2,2	355	7,1	61	1,3	543	11,5
1987	5.820	100,0	904	15,5	819	14,1	937	16,1	1.346	23,1	372	6,4	121	2,1	442	7,6	93	1,6	786	13,5
1988	5.324	100,0	802	15,1	971	18,2	910	17,1	1.182	22,2	309	5,8	96	1,8	351	6,6	16	0,3	687	12,9
1989	4.139	100,0	668	16,1	721	17,4	880	21,3	807	19,5	243	5,9	93	2,2	181	4,4	10	0,2	596	14,4
1990	4.078																			

1. Excluido Brasil.
2. Excluidos Italia y España.
Fuente: BCRA sobre la base de datos del INDEC.

195

Cuadro 6.1
PRINCIPALES SOCIOS COMERCIALES DE LA ARGENTINA.
EXPORTACIONES POR PAISES
(en millones de dólares corrientes)

País	1980	1981	1982	1983	1984	1985	1986	1987	1988	1989
EE.UU.	696	843	1.008	755	848	1.004	678	898	1.186	1.150
Brasil	765	595	568	358	478	496	698	539	608	1.124
Países Bajos	716	697	604	735	893	856	736	618	1.087	983
URSS	1.614	2.963	1.586	1.636	1.188	1.213	209	641	859	829
Alemania Fed.	407	355	336	249	298	289	352	383	518	413
China Rep. Pop.	189	92	137	499	75	311	252	266	356	407
Chile	217	189	164	189	150	111	137	146	259	350
Irán	86	31	134	396	430	314	256	192	184	297
Italia	520	376	290	340	377	301	286	232	340	290
Bélgica	-	-	-	-	-	149	191	162	242	281
Japón	211	166	283	377	271	361	391	224	333	270
Uruguay	182	128	116	77	83	99	129	168	187	208
Cuba	66	77	48	128	134	283	182	134	196	187
España	172	194	208	187	223	213	171	155	191	187
Perú	117	169	145	87	128	162	189	139	173	167
Subtotal	5.958	6.875	5.627	6.013	5.576	5.787	4.497	4.897	6.719	7.143
Total	8.021	9.143	7.624	7.836	8.107	8.396	6.852	6.360	9.133	9.573

Fuente: SSICE sobre la base de datos del INDEC.

Cuadro 6.2
PRINCIPALES SOCIOS COMERCIALES DE LA ARGENTINA
IMPORTACIONES POR PAISES
(en millones de dólares corrientes)

País	1980	1981	1982	1983	1984	1985	1986	1987	1988	1989
EE.UU.	2.367	2.073	1.160	973	873	685	825	940	908	880
Brasil	1.073	893	688	667	831	612	690	819	971	721
Alemania Fed.	991	905	479	475	443	404	523	766	607	394
Italia	674	488	231	230	191	234	239	372	308	243
Bolivia	253	344	396	395	392	383	354	305	227	233
Francia	379	353	197	197	204	208	237	236	228	187
Japón	1.031	965	429	307	370	265	337	442	349	181
Bélgica	170	105	75	75	99	71	149	192	196	123
Australia	83	123	53	48	62	51	58	54	59	112
Chile	255	190	147	116	118	84	149	152	147	111
México	72	67	62	69	79	60	100	153	119	99
Uruguay	148	121	90	89	99	66	93	114	131	99
España	406	320	181	152	90	68	103	121	96	93
Suiza	216	173	132	107	99	103	92	113	92	82
Subtotal	8.118	7.120	4.320	3.900	3.950	3.294	3.949	4.779	4.438	3.558
Total	10.541	9.430	5.337	4.504	4.585	3.814	4.724	5.820	5.324	4.199

Fuente: SSICE sobre la base de datos del INDEC.

Cuadro 7
RANKING DE LAS PRINCIPALES EMPRESAS EXPORTADORAS ARGENTINAS
(en millones de dólares corrientes)

Firma	Sector	Año 1990
Somisa	Siderurgia	399,0
YPF	Petróleo	356,1
Siderca	Siderurgia	279,2
Cargill	Alimenticio	236,0
Cía. Continental	Alimenticio	154,1
Acindar	Siderurgia	143,6
I.B.M. Argentina	Electrónico	114,6
Aceitera Gral. Deheza	Alimenticio	112,4
Oleaginosa Oeste	Alimenticio	107,3
Swift Armour	Alimenticio	103,1
La Plata Cereal	Alimenticio	100,9
Buyatti	Alimenticio	95,0
Aceitera Chabas	Alimenticio	94,1
Indupa	Petroquímica	88,1
Aluar	Metal no ferroso	79,8
Molinos Río de la Plata	Alimenticio	79,7
Fca. Aceite Santa Clara	Alimenticio	71,4
Oleaginosa Moreno	Alimenticio	67,5
Sancor	Alimenticio	61,2

Fuente: Prensa Económica.

Cuadro 8

COMPOSICION DE LAS EXPORTACIONES E IMPORTACIONES DE SERVICIOS REALES

(en millones de dólares corrientes)

Año	Fletes y Seguros[1]		Turismo y Viajes		Otros transportes		Transac. del Gob.		Otros[2]		Total corrientes		Total constantes	
	Ingresos	Egresos	Ingresos	Egresos	Ingresos	Egresos	Ingresos	Egresos	Ingresos	Egresos	Ingresos	Egresos	Ingresos	Egresos
1980	1.043	0	345	1.791	564	932	449	148	334	609	2.735	3.480	2.735	3.480
1981	1.004	0	413	1.471	584	812	141	205	303	573	2.445	3.061	2.443	3.061
1982	610	0	516	565	422	530	60	149	255	605	1.863	1.849	1.863	1.849
1983	556	0	454	508	414	559	50	197	225	801	1.699	2.065	1.699	2.065
1984	557	0	439	599	488	630	62	132	210	677	1.756	2.038	1.756	2.038
1985	499	0	523	671	558	579	52	170	213	657	1.845	2.077	1.845	2.077
1986	454	0	564	888	526	663	68	210	253	677	1.865	2.438	1.865	2.438
1987	586	0	615	890	584	768	63	199	264	540	2.112	2.397	2.112	2.397
1988	569	0	634	975	624	717	121	247	294	558	2.242	2.497	2.242	2.497
1989	530	0	790	1.014	682	716	107	244	278	665	2.387	2.639	2.337	2.639
1990*	515	0	903	1.171	825	764	154	264	202	779	2.599	2.978	2.599	2.978

Año base 1980=100

Deflactado por el indice de precios mayoristas de EE.UU.

1. Comprende a los fletes y seguros ganados por compañías nacionales, sin incluir a los ganados por compañías extranjeras.

2. Comprende principalmente los rubros Regalías y Comunicaciones.

* Cifras provisorias

Fuente: B.C.R.A.

Cuadro 9
PARTICIPACION ARGENTINA EN EL COMERCIO INTERNACIONAL
(en millones de dólares corrientes)

	Exportaciones			Importaciones			Intercambio comercial			Participación Porcentual	
Año	Argentinas	Paises en desarr.	Mundiales	Argentinas	Paises en desarr.	Mundiales	Argentinas (1)	Paises en desarr.(2)	Mundiales (3)	(1) / (2)x100	(1) / (3)x100
1950	1.178	18.900	60.700	964	17.300	63.600	2.142	36.200	124.300	5,92	1,72
1960	1.079	32.140	113.200	1.249	35.480	119.200	2.328	67.620	232.400	3,44	1,00
1970	1.773	59.774	280.197	1.694	60.373	295.392	3.467	120.147	575.589	2,89	0,60
1980	8.021	535.800	1.882.900	10.541	633.600	1.928.400	18.562	1.169.400	3.811.300	1,59	0,49
1981	9.143	572.400	1.855.000	9.430	625.500	1.912.500	18.573	1.197.900	3.767.500	1,55	0,49
1982	7.624	552.400	1.733.500	5.337	550.400	1.803.000	12.961	1.102.800	3.536.500	1,15	0,37
1983	7.836	511.600	1.681.900	4.504	558.800	1.748.300	12.340	1.070.400	3.430.200	1,15	0,36
1984	8.107	517.200	1.783.500	4.585	593.400	1.862.800	12.692	1.110.600	3.646.300	1,14	0,35
1985	8.396	508.300	1.808.100	3.184	581.600	1.878.300	11.580	1.089.900	3.686.400	1,06	0,31
1986	6.852	514.400	1.990.600	4.724	552.300	2.056.100	11.576	1.066.700	4.046.700	1,09	0,29
1987	6.360	601.600	2.342.100	5.820	664.000	2.408.000	12.180	1.265.600	4.750.100	0,96	0,26
1988	9.133	415.500	2.694.400	5.324	764.600	1.785.500	14.457	1.180.100	5.477.900	1,23	0,26
1989	9.573	737.300	3.090.000	4.199	830.200	2.975.800	13.772	1.567.500	6.065.800	0,88	0,23

Fuente: Direction of Trade Statistics (F.M.I.); International Financial Statistics (FMI) y UNCTAD.

Cuadro 10
EXPORTACIONES MUNDIALES Y DE ARGENTINA DE LOS PRINCIPALES PRODUCTOS AGROPECUARIOS
(millones de toneladas)

	Trigo			Maíz			Sorgo			Soja		
	Mundial	Argentina	Participación porcentual	Mundial	Argentina	Participación porcentual	Mundial	Argentina	Participación porcentual	Mundial	Argentina	Participación porcentual
1980	96,8	3,7	3,8	85,3	9,1	10,7	14,1	9,1	64,5	24,5	2,2	9,0
1981	107,7	3,6	3,3	73,2	5,7	7,8	14,0	5,8	41,4	29,5	2,0	6,8
1982	107,0	9,8	9,2	65,9	6,1	9,3	11,7	6,1	52,1	28,6	1,3	4,5
1983	109,9	7,7	7,0	67,6	5,4	8,0	12,6	5,4	42,9	26,3	3,1	11,8
1984	115,8	9,3	8,0	73,0	7,1	9,7	13,0	7,1	54,6	24,9	3,0	12,0
1985	96,2	4,3	4,5	62,1	7,3	11,8	8,6	7,3	84,9	26,0	2,6	10,0
1986	102,1	4,4	4,3	62,3	4,0	6,4	8,1	4,0	49,4	28,5	1,3	4,6
1987	116,0	3,7	3,2	64,7	4,4	6,8	8,5	4,4	51,8	30,4	2,1	6,9
1988	109,8	4,0	3,6	73,8	1,8	2,4	10,4	1,8	17,3	23,5	0,5	2,1
1989	107,8	4,0	3,7	68,9	1,6	2,3	9,0	1,8	20,0	26,9	0,5	1,9

Fuente: Sociedad Rural Argentina.

Cuadro 11
EVOLUCION DE LAS EXPORTACIONES DE BIENES DE UN CONJUNTO DE PAISES SELECCIONADOS
(en millones de dólares corrientes)

País	1950	Tasa anual de crecimiento %	1960	Tasa anual de crecimiento %	1970	Tasa anual de crecimiento %	1975	Tasa anual de crecimiento %	1980	Tasa anual de crecimiento %	1985	Tasa anual de crecimiento %	1989
Argentina	1.178	-	1.079	5,1	1.773	10,8	2.961	22,1	8.021	0,9	8.396	2,4	9.573
Brasil	1.359	-	1.268	8,0	2.739	25,9	8.671	18,3	20.132	5,0	25.639	7,6	34.394
Chile	281	5,7	488	9,8	1.246	5,9	1.661	23,1	4.688	-	3.823	21,0	8.191
México	532	3,7	765	5,6	1.313	17,3	2.917	44,7	18.533	3,7	22.112	2,9	24.752
España	389	6,4	725	12,7	2.390	26,3	7.672	22,0	20.720	3,2	34.247	16,4	44.492
Italia	1.206	11,7	3.654	13,7	13.185	21.4	34.815	17,4	77.673	-	79.024	15,6	141.034
Australia	1.668	1,8	1.997	8,8	4.623	20,4	11.691	13,0	21.560	0,7	22.275	13,3	36.699
Japón	825	17,3	4.055	16,9	19.318	11,2	55.728	18,5	130.441	6,3	177.164	11,5	273.972
EE.UU.	10.282	7,2	20.601	7,7	43.241	9,6	108.112	15,4	220.786	-	218.815	13,6	363.985
Alemania	1.993	19,1	11.415	11,6	34.228	21,4	90.176	16,4	192.861	-	183.912	16,7	341.231
Comunidad Europea[1]	14.837	7,8	31.465	10,0	81.532	21,7	217.404	17,5	487.889	-	456.608	10,5	680.855
Nuevos países industriales[2]	1.731	1,6	2.022	12,1	6.331	28,0	21.793	28,5	76.421	8,3	114.002	21,2	246.334

1. Excluida Alemania
2. Corea, Hong Kong, Singapur y Taiwán.
Fuente: Direction of Trade Statistics (FMI); *International Financial Statistics* (FMI) y UNCTAD.

Cuadro 12
EVOLUCION DE LOS TERMINOS DE INTERCAMBIO[1]
Base 1980=1,00

Año	Países desarrollados	Países petroleros	Países no petroleros	Argentina
1970	1,22	0,18	1,06	0,85
1975	1,09	0,59	1,15	0,82
1980	1,00	1,00	1,00	1,00
1981	0,98	1,18	0,97	1,08
1982	1,00	1,16	0,92	0,90
1983	1,01	1,04	0,92	0,87
1984	1,00	1,04	0,94	0,94
1985	1,01	1,01	0,91	0,81
1986	1,10	0,53	0,87	0,69
1987	1,11	0,61	0,85	0,59
1988	1,13	0,48	0,89	0,65
1989	1,12	0,55	0,88	0,64

1. Definido como: Indice de var. de precios de exportación/indice de var. de precios importación.
Fuente: United Nations, *International trade Development Statistics.*

Cuadro 13.1
INSERCION DE LA ECONOMIA EN EL COMERCIO INTERNACIONAL
ALGUNOS PAISES ELEGIDOS
(definido como porcentaje de exportaciones/PBN)

País	1960	1970	1980	1985	1989
Argentina	5.69	5,05	14,29	13,88	13,88
Brasil		7,22	8,68	11,82	7,98
Chile		15,93	17,52	26,88	35,15
México		7,74	8,23	12,54	13,26
España	11,11	13,51	15,85	23,35	18,46
Italia	12,08	15,84	20,07	20,79	19,16
EE.UU.	4,85	5,55	9,99	7,00	9,34
Japón		10,69	14,87	16,41	14,6[1]
Alemania	20,03	22,64	28,43	35,11	34,43
Suiza	28,72	31,63	35,31	36,87	34,52[1]
Grecia	8,96	9,86	20,24	21,73	24,37[1]
Corea	3,27	13,96	35,22	35,78	34,53

1. Datos para el año 1988
Fuente: *World Debt Tables* (World Bank); *International Financial Statistics* (FMI).

202

Cuadro 13.2
INSERCION DE LA ECONOMIA EN EL COMERCIO INTERNACIONAL
ALGUNOS PAISES ELEGIDOS
(definido como porcentaje de importaciones/PBN)

País	1960	1970	1980	1985	1989
Argentina	6,59	4,83	18,78	5,26	4,72
Brasil		7,73	10,76	6,61	7,79
Chile		15,93	19,15	19,28	27,88
México		9,79	9,80	7,62	13,43
Venezuela	21,81	20,07	25,27	14,99	28,34[1]
España	8,21	14,44	18,14	21,08	21,42
Italia	13,88	16,60	24,12	22,67	19,81
EE.UU.	4,39	5,44	10,54	9,96	10,93
Japón		10,23	15,80	12,66	12,45
Alemania	17,39	20,56	28,64	30,76	28,21
Australia	17,08	14,98	17,98	19,85	19,19
Bélgica	33,39	42,80	60,58	70,51	70,92
Hungría			47,33	45,12	40,05[1]
Yugoslavia	9,38	27,86	33,18	31,81	26,91
Polonia			31,06	16,91	20,03[1]

1. Datos para el año 1988.

Fuente: *World Debt Tables (World Bank); International Financial Statistics* (FMI).

EXPORTACIONES ARGENTINAS

	1985	1986	1987	1988	1989	1990*
			(en millones de dólares)			
1. Total	8.395	6.852	6.360	9.133	9.567	11.891
2. Manufacturas de origen industrial (MOI)	2.107	1.634	1.776	2.763	3.466	3.878
De los cuales						
-Combustibles y lubricantes	565	146	87	139	296	603
-Productos siderúrgicos	358	343	377	682	971	910
-Químicos orgánicos	165	114	141	246	239	251
-Aluminio	121	107	128	188	202	210
-Partes y piezas de automóviles	61	67	66	84	114	125
3. Manufacturas de origen agropecuario (MOA)	2.596	2.687	2.826	3.943	4.018	4.395

* Cifras provisorias

PARTICIPACION PORCENTUAL DE MOA Y MOI RESPECTO DEL TOTAL DE EXPORTACIONES

- Manufacturas de origen industrial total	25,1	23,9	27,9	30,3	36,2	32,6
- Manufacturas de origen industrial (excluido combustibles y lubricantes) s/Total	18,4	21,7	26,6	28,7	33,1	37,0

204

I. SECCION INTERNACIONAL

Indice de cuadros

1. Evolución del comercio internacional de bienes.

   1.1. En términos de valor.
   1.2. En términos de volumen.

2. Tasa de crecimiento del volumen del comercio y la producción mundiales.

3. Exportaciones mundiales por agrupación económica de países.

4. Estructura de las exportaciones mundiales por grupos de productos y servicios comerciales.

5. El comercio internacional de servicios según países seleccionados.

6. El comercio intraindustrial: cobertura de las exportaciones de países en desarrollo a países industrializados.

7. Crecimiento de las exportaciones mundiales por sectores seleccionados.

8. Cuenta corriente y balance comercial de los Estados Unidos.

9. Tasa de protección efectiva de algunas materias primas procesadas.

10. Acciones antidumping y compensatorias aplicadas en 1990.

11. Coeficientes de cobertura de importaciones, frecuencia y niveles.

205

Cuadro 1.1
EVOLUCION DEL COMERCIO MUNDIAL
(en millones de dólares corrientes)

Año	Exportaciones		Importaciones		Intercambio comercial	
	Valor	Variación del periodo %	Valor	Variación del periodo %	Valor	Variación del periodo %
1950	60.700		63.600		124.300	
1960	129.100		119.200		248.300	
1970	315.100		295.392		610.492	
1980	2.002.000		1.928.400		3.930.400	
1981	1.855.000	(7,34)	1.912.500	(0,82)	3.767.500	(4,14)
1982	1.733.500	(6,55)	1.803.000	(5,73)	3.536.500	(6,13)
1983	1.681.900	(2,98)	1.748.300	(3,03)	3.430.200	(3,01)
1984	1.783.500	6,04	1.862.800	6,55	3.646.300	6,30
1985	1.808.100	1,38	1.878.300	0,83	3.686.400	1,10
1986	1.990.600	10,09	2.056.100	9,47	4.046.700	9,77
1987	2.342.100	17,66	2.408.000	17,11	4.750.100	17,38
1988	2.694.400	15,04	2.783.500	15,59	5.477.900	15,32
1989	3.090.000	14,68	2.975.800	6.91	6.065.800	10,73

Las exportaciones e importaciones globales no se igualan por discrepancias en la contabilizacion de fletes, seguros y discrepancias estadisticas.
Fuente: Direction of Trade Statistics (FMI) y UNCTAD.

Cuadro 1.2
EVOLUCION DEL VOLUMEN DEL COMERCIO MUNDIAL
(indice base 1980=100)

Año	Exportaciones		Importaciones	
	Países desarrollados	Países en desarrollo	Países desarrollados	Países en desarrollo
1950				
1960	24	45	25	28
1970	54	96	62	47
1975	73	86	74	72
1980	100	100	100	100
1981	102	95	98	116
1982	101	89	97	118
1983	104	91	100	109
1984	114	95	111	109
1985	118	91	117	102
1986	121	107	126	100
1987	108	112	134	108
1988	138	127	146	125
1989	148	133	156	132

Fuente: UNCTAD, *Handbook of International Trade and Development Statistics 1989.*

Cuadro 2
TASAS DE CRECIMIENTO DEL VOLUMEN DEL COMERCIO
Y LA PRODUCCION MUNDIALES
(variación porcentual promedio anual)

	1960-69	1970-79	1980-89	1960-1989	1989
Exportaciones					
Productos Agrícolas	4,0	4,5	2,2	3,6	4,0
Minerales y Combustibles	7,0	1,5	0,9	3,1	4,5
Manufacturas	10,5	7,0	5,3	7,6	8,0
Todos los productos	8,5	5,0	4,3	5,9	7,0
Producción					
Productos Agrícolas	2,5	2,0	2,2	2,2	4,0
Minerales y Combustibles	5,5	2,5	-0,3	1,6	2,0
Manufacturas	7,5	4,5	3,7	5,2	5,0
Todos los productos	6,0	4,0	2,6	4,2	4,0

Fuente: GATT, *International Trade 1986-1990.*

Cuadro 3
EXPORTACIONES MUNDIALES POR AGRUPACION ECONOMICA DE PAISES
(en miles de millones de dólares corrientes)

	1950		1960		1970		1980		1989	
Región	valor	%	valor	%	valor	%	valor	%	valor	%
Países desarrollados de Econ. de Mercado	36,9	60,8	85,1	65,9	223,5	70,9	1251,6	62,5	2173,3	70,3
Países socialistas	4,9	8,1	15,7	12,2	33,7	10,7	176,3	8,9	275,0	8,9
Países en desarrollo	18,9	31,1	28,3	21,9	57,9	18,4	573,5	28,6	641,7	20,8
Principales exportadores de petróleo	3,8	6,3	8,8	6,8	19,7	6,3	327,5	16,4	149,6	4,8
Principales exportadores de manufacturas	3,8	6,2	4,6	3,6	12,1	3,8	122,6	6,1	319,6	10,3
Otros	11,3	18,6	14,9	11,5	26,1	8,3	123,2	6,2	172,6	5,6
TOTAL	60,7	100,0	129,1	100,0	315,1	100,0	2002,0	100,0	3090,0	100,0

Fuente: UNCTAD, *Handbook of International Trade and Development Statistics 1950-1989.*

Cuadro 4
ESTRUCTURA DE LAS EXPORTACIONES MUNDIALES
(en miles de millones de dólares corrientes y %)

Sector/Año	1950 Valor	1950 %	1960 Valor	1960 %	1970 Valor	1970 %	1980 Valor	1980 %	1989 Valor	1989 %
Productos agrícolas	28	45,9	40	31,0	64	20,3	299	15,0	424	13,7
Minerales y combustibles	9	14,8	21	16,3	51	16,2	567	28,3	433	14,0
Manufacturas	24	39,3	68	52,7	200	63,5	1.136	56,7	2.233	72,3
Total de bienes	61	100,0	129	100,0	315	100,0	2.002	100,0	3.090	100,0
Servicios comerciales					73	18,8	407	16,9	680	18,0
Total bienes y servicios					388	100,0	2.409	100,0	3.770	100,0

Fuente: UNCTAD, *Handbook of International Trade and Development Statistics 1950-1989*; GATT, *International Trade 1988-1989*.

Cuadro 5
COMERCIO INTERNACIONAL DE SERVICIOS
SEGUN PAISES SELECCIONADOS
(en miles de millones de dólares corrientes)

Comunidad Económica Europea

	1970	1980	1989
I. Créditos	41,6	314,9	574,7
A. Servicios Comerciales	31,4	187,4	290,6
Fletes	7,4	30,0	36,7
Pasajeros	1,8	8,1	14,4
Otros transportes	3,1	27,1	31,4
Viajes	8,5	44,2	78,2
Remisión por mano de obra	1,3	6,5	11,9
Remuneración al Capital	0,9	3,7	7,9
Otros Servicios	8,4	67,7	110,1
B. Ingresos por Inversiones	10,2	127,5	284,1
Utilidades y Dividendos	3,7	17,8	39,0
Intereses y Otros	6,6	109,7	245,1
II. Débitos	-37,9	-294,6	-556,5
A. Servicios Comerciales	-29,5	-167,9	-270,7
Fletes	-7,1	-33,6	-43,4
Pasajeros	-1,0	-6,2	-11,9
Otros Transportes	-4,8	-23,4	-31,0
Viajes	-7,2	-43,4	-74,9
Remisión por Mano de Obra	-1,1	-6,8	-13,1
Remuneración al Capital	-1,5	-6,0	-12,9
Otros Servicios	-6,7	-48,4	-83,5
B. Egresos por Inversiones	-8,4	-126,7	-285,8
Utilidades y Dividendos	-2,1	-16,8	-31,0
Intereses y Otros	-6,3	-109,9	-254,9
III. Saldo	3,7	20,3	18,2

Fuente: FMI, *Balance of Payments Statistics.*

Cuadro 5 (continuación)

Estados Unidos

	1970	1980	1989
I. Créditos	21,3	108,0	230,0
A. Servicios Comerciales	9,6	35,5	102,5
Fletes	1,1	4,3	5,8
Pasajeros	0,5	2,6	10,1
Otros transportes	2,0	7,4	14,6
Viajes	2,3	10,6	34,4
Remisión por mano de obra	0	0,3	0,2
Remuneración al Capital	2,3	7,1	11,8
Otros Servicios	1,3	3,3	25,6
B. Ingresos por Inversiones	11,7	72,5	127,5
Utilidades y Dividendos	8,2	37,1	53,6
Intereses y Otros	3,6	35,3	73,9
II. Débitos	-14,6	-71,5	-206,4
A. Servicios Comerciales	-9,1	-29,4	-78,0
Fletes	-1,6	-6,4	-11,8
Pasajeros	-1,2	-3,6	-8,5
Otros Transportes	-1,2	-5,3	-9,0
Viajes	-4,0	-10,4	-35,0
Remisión por Mano de Obra	0	-0,6	-1,0
Remuneración al Capital	-0,2	-0,7	-2,2
Otros Servicios	-0,8	-2,4	-10,4
B. Egresos por Inversiones	-5,5	-42,1	-128,4
Utilidades y Dividendos	-0,9	-8,6	-14,0
Intereses y Otros	-4,6	-33,5	-114,4
III. Saldo	6,7	36,5	23,6

Fuente: FMI, *Balance of Payments Statistics.*

Cuadro 5 (continuación)

Japón

	1970	1980	1989
I. Créditos	3,3	30,0	109,0
A. Servicios Comerciales	2,6	18,9	34,2
Fletes	1,0	7,4	8,7
Pasajeros	0,1	0,5	1,1
Otros transportes	0,5	5,1	5,7
Viajes	0,2	0,6	2,9
Remisión por mano de obra	–	0,1	0,3
Remuneración al Capital	–	0,3	1,6
Otros Servicios	0,6	4,8	13,8
B. Ingresos por Inversiones	0,7	11,1	74,8
Utilidades y Dividendos	0,1	1,3	3,7
Intereses y Otros	0,6	9,8	71,1
II. Débitos	-5,7	-42,5	-122,5
A. Servicios Comerciales	-4,8	-32,3	-68,7
Fletes	-1,5	-4,2	-8,2
Pasajeros	-0,2	-1,5	-4,8
Otros Transportes	-1,2	-11,6	-9,9
Viajes	-0,3	-4,6	-18,7
Remisión por Mano de Obra	–	-0,2	-0,7
Remuneración al Capital	-0,4	-1,3	-5,0
Otros Servicios	-1,2	-8,8	-21,3
B. Egresos por Inversiones	-0,9	-10,2	-53,8
Utilidades y Dividendos	-0,1	-0,5	-2,0
Intereses y Otros	-0,8	-9,7	-51,8
III. Saldo	-2,4	-12,5	-13,5

Fuente: FMI, *Balance of Payments Statistics.*

Cuadro 5 (continuación)

Países en Desarrollo

	1970	1980	1989
I. Créditos	9,3	105,2	154,3
A. Servicios Comerciales	8,1	68,7	111,8
Fletes	0,9	7,5	12,7
Pasajeros	0,3	3,7	6,0
Otros transportes	1,4	13,5	15,3
Viajes	3,6	22,2	42,7
Remisión por mano de obra	0,3	2,2	4,4
Remuneración al Capital	-	0,1	0,1
Otros Servicios	1,8	19,6	30,7
B. Ingresos por Inversiones	1,2	36,5	42,5
Utilidades y Dividendos	0,1	2,2	1,0
Intereses y Otros	1,2	34,3	41,5
II. Débitos	-20,7	-171,8	-220,3
A. Servicios Comerciales	-11,9	-106,2	-129,5
Fletes	-4,2	-35,0	-35,4
Pasajeros	-0,6	-4,5	-5,1
Otros Transportes	-1,1	-12,4	-14,7
Viajes	-2,9	-23,7	-31,9
Remisión por Mano de Obra	0,1	-1,3	-2,0
Remuneración al Capital	-0,1	-0,8	-1,3
Otros Servicios	-3,0	-28,6	-39,1
B. Egresos por Inversiones	-8,8	-65,6	-90,8
Utilidades y Dividendos	-6,2	-23,0	-14,8
Intereses y Otros	-2,7	-42,6	-76,0
III. Saldo	-11,4	-66,6	-66,0

Fuente: FMI, *Balance of Payments Statistics.*

212

Cuadro 6
COMERCIO INTRAINDUSTRIAL
Cobertura de las exportaciones de países en desarrollo a países industrializados con relación a sus importaciones

Sectores	Cobertura % 1973	1983	1987
Hierro y acero	9	21	33
Químicos	12	18	22
Otras semi-manufacturas	74	51	86
Productos de ingeniería	12	23	44
Maquinaria para industrias especiales	3	6	12
Equipos para oficina y comunicaciones	32	62	82
Automotores	2	5	28
Otras maquinarias y equipo de transporte	10	19	37
Artículos domésticos	67	78	135
Textiles	79	64	111
Indumentaria	550	733	1.333
Otros bienes de consumo	137	132	255
Total productos manufacturados	30	38	68
Total del comercio de mercancías	115	108	109

Fuente: GATT, *International Trade 87-88*, Volumen II.

Cuadro 7
CRECIMIENTO DE LAS EXPORTACIONES MUNDIALES
POR SECTORES SELECCIONADOS

	Tasa de crecimiento 1979-1989
I. Crecimiento más rápido que el comercio mundial	
Equipos de oficina y comunicaciones	14,0
Indumentaria	11,0
Otros bienes de consumo	10,0
Automotores y sus partes	9,0
Viajes	8,5
Otros servicios e ingresos privados	8,0
Productos químicos	8,5
Otras maquinarias y equipos de transporte*	8,5
Otras semi-manufacturas	7,0
Metales no ferrosos	7,0
Textiles	6,5
II. Crecimiento similar al del comercio mundial	
Transporte	5,0
Minerales y concentrados	5,0
Materias primas	4,5
Hierro y acero	4,5
III. Crecimiento más lento que el comercio mundial	
Alimentos	4,0
Combustibles	-1,0

* Generadores de potencia, otra maquinaria no eléctrica, maquinaria y aparatos eléctricos, otros equipos de transporte.

Fuente: GATT, *International Trade 1989-1990.*

Cuadro 8
ESTADOS UNIDOS: CUENTA CORRIENTE Y BALANCE COMERCIAL
(en miles de millones de dólares corrientes)

Período	Cuenta corriente	Balance comercial	Servicios comerciales	Resto
1985	-112,3	-122,1	0,5	9,3
1986	-145,4	-145,1	8,8	-9,1
1987	-162,3	-159,5	8,6	-11,4
1988	-128,9	-127,0	14,7	-16,6
1989	-110,0	-114,9	24,5	-19,6
1990	-103,6	-108,5	24,8*	-19,9

BALANCE COMERCIAL - PRINCIPALES SOCIOS COMERCIALES -

Período	Balance comercial	Japón	Alemania	OPEP	Otros países
1985	-122,1	-43,5	-10,6	-11,3	-56,7
1986	-145,1	-54,4	-14,1	-8,3	-68,3
1987	-159,5	-57,0	-15,4	-13,7	-73,4
1988	-127,0	-57,2	-12,1	-9,2	-48,5
1999	-114,9	-49,8	-8,3	-17,6	-39,2
1990	-108,5	-41,4	-9,3	-25,0	-32,8

BALANCE COMERCIAL - PRINCIPALES PRODUCTOS -

Período	Balance comercial	Energéticos	Automotrices	Alta tecnología	Agrícolas	Otros productos
1985	-122,1	-45,2	-40,0		10,5	-47,4
1986	-145,1	-28,5	-52,8		6,9	-70,7
1987	-159,5	-37,6	-57,1		9,2	-74,0
1988	-127,0	-34,1	-54,1	28,0	17,4	-84,2
1989	-114,9	-42,5	-51,3	27,0	19,8	-67,9
1990	-108,5	-52,6	-49,5	33,0	16,9	-56,3

(-) Déficit (+) Superávit.
* Estimado.
Fuente: Departamento de Comercio de los Estados Unidos. *Trade and Current Acount Statistics 1985-1990.*

Cuadro 9
TASA DE PROTECION EFECTIVA
PARA ALGUNAS MATERIAS PRIMAS PROCESADAS [1]
(en porcentaje)

Rubro	CEE	EE.UU.	JAPON
Productos de carne procesada	51,7	4,4	59,6
Mariscos en conserva	26,5	2,5	23,2
Frutas en conserva	40,8	72,5	21,6
Legumbres procesadas	37,9	20,2	40,2
Extractos de café	45,5	0,0	76,6
Chocolate	-	0,1	82,6
Productos de madera	9,2	10,3	1,3
Papel y cartón	5,5	0,7	13,7
Artículos de papel	12,6	8,7	0,7
Productos de caucho	4,5	-0,4	1,1
Hilado de algodón	7,6	18,3	13,7
Hilado de lana	1,1	18,1	14,0
Hilado de yute	7,2	4,7	19,8
Tejido de algodón	11,8	13,5	10,0
Tejidos de lana	5,1	85,8	25,3
Tejidos de yute	10,0	-	5,3
Cuero	6,0	8,1	21,2
Productos de cuero	9,9	17,5	18,6
Aceites vegetales	50,6	-1,5	49,6
Manufacturas de tabaco	117,4	9,4	156,0

1. Tasas actualmente vigentes

Nota metodológica:
La tasa de protección efectiva es la medida de protección proporcionada por una restricción sobre las importaciones calculada como porcentaje del valor agregado en el producto de que se trate. Por ejemplo, donde el papel se produce a través de la pulpa de madera, la tasa efectiva de protección del papel es el derecho aduanero sobre el papel expresado exclusivamente como porcentaje sobre el valor agregado:

Valor pulpa de papel	=	50	Derecho 0
Valor papel	=	100	Derecho 20%

En este caso 20% sobre 50, que es el valor agregado al pasar de pulpa a papel, implica una protección efectiva del 40%.

Fuente: Banco Mundial, *A Handbook on the Multilateral Trade Negotiations.*

Cuadro 10
ACCIONES ANTIDUMPING Y COMPENSATORIAS APLICADAS EN 1990[1]
(Número de casos existentes y nuevas medidas)

País	A todas las fuentes	A países en desarrollo
Acciones antidumping de		
CEE	186	103
Estados Unidos	229	76
Otros	252	86
Total	667	265
Acciones compensatorias		
CEE	2	2
Estados Unidos	85	65
Otros	19	6
Total	106	73
Total medidas	773	338

1. Excluye restricciones voluntarias.

Fuente: UNCTAD, basado en informes del GATT al Comité de prácticas de Antidumping, al Comité de Subsidios y Medidas Compensatorias y otras informaciones publicadas oficialmente.

Cuadro 11

FRECUENCIA DE COBERTURA DE IMPORTACIONES[1] POR MEDIDAS NO TARIFARIAS SELECCIONADAS[2] APLICADAS POR LOS PAISES DESARROLLADOS DE ECONOMIA DE MERCADO[3] EN 1990

(en porcentaje)

Grupos de productos	Frecuencia	Cobertura sobre importaciones
Alimentos	34,5	35,9
Alimentos y animales vivos	35,9	39,3
Semillas oleaginosas	16,8	7,4
Aceites animales y vegetales	14,5	10,0
Materias primas agrícolas	8,8	4,3
Minerales y metales	21,9	17,9
Hierro y acero	39,9	52,9
Metales no ferrosos	1,2	0,8
Combustibles	12,1	17,9
Químicos	8,5	10,8
Manufacturas no químicas	13,1	17,8
Cueros	13,3	13,2
Hilados y tejidos	33,5	38,7
Indumentaria	45,9	63,1
Calzado	49,7	19,7
Todos los ítem, excluyendo combustibles	14,9	18,5
Todos los ítem	14,9	18,4

1. Los niveles han sido computados utilizando promedios ponderados de comercio en 1988.
2. Incluye ciertas medidas paratarifarias, sobrecargas, derechos variables, acciones compensatorias y antidumping, restricciones cuantitativas (incluyendo prohibiciones, cuotas, licencias no automáticas, monopolios de estado, restricciones "voluntarias" de exportación y restricciones bajo el Acuerdo Multifibras, vigilancia sobre las importaciones, licencias automáticas y medidas de control de precios.
3. Australia, Austria, Canadá, CEE, Finlandia, Japón, Nueva Zelanda, Noruega, Suecia, Suiza y los Estados Unidos.

Nota metodológica:
La tasa de frecuencia expresa el número de flujos de importaciones afectadas por medidas no arancelarias en proporción del número total de flujos de importaciones. El número de flujos de importaciones de cada país importador es el número de líneas arancelarias multiplicado por el número de países proveedores de donde procedieron las importaciones de cada línea arancelaria en el año base.
La tasa de cobertura mide la proporción que representan en valor las importaciones afectadas por determinadas medidas no arancelarias respecto de las importaciones.

Fuente: UNCTAD, *Data Base on Trade Control Measures.*

218

ARGENTINA
COMPOSICIÓN DE LAS EXPORTACIONES INDUSTRIALES
LAS PRIMERAS 25 EMPRESAS POR VALOR Y SECTOR
1988 (en millones de dólares)

	SECTOR INDUSTRIAL	CANTIDAD EMPRESAS	VALOR TOTAL	% PARTICIPACIÓN
1	Alimentación *	9	837.74	36,92
2	Siderurgia	4	622.59	27,42
3	Textil	1	52.00	2,28
4	Automotor	2	85.44	3,73
5	Petroquímico	1	78.64	3,45
6	Electrónico	1	114.00	5,23
7	Químico/petroquímico	4	293.86	12,94
8	Metales no ferrosos	1	105.47	4,63
9	Celulosa y papel	1	43.52	1,90
10	Cuero curtido	1	35.75	1,50
			2.269.01	100,00
	Exportaciones totales MOI:		2.625.2	28,74
	Exportaciones totales 1988:		9.133.0	

* Incluye manufacturas de origen agropecuario (MOA).

Fuente: SICE, sobre la base de datos del INDEC. Las llamadas manufacturas de origen agropecuario, MOA, del sector alimentación incluyen proporciones muy importantes, en valor, de *pellets* y de aceites vegetales como principales subproductos de granos y oleaginosas.

Estas cifras indican que solamente 25 empresas exportan el 86,4% del total de exportaciones industriales argentinas en el periodo estudiado.

COMPARACIÓN DE LAS EXPORTACIONES MUNDIALES
(MILES DE MILLONES DE DÓLARES)

PAÍSES Y ÁREAS	EXPORTACIONES Promedio 1950	EXPORTACIONES Promedio 1981-85	CRECIMIENTO Exportaciones 1950-85	Veces que exporta respecto de la Argentina
Estados Unidos	10.230	215.600	21,1	26,3
Japón	820	156.600	191,0	19,1
Canadá	3.020	80.200	26,6	9,8
Australia	1.670	22.400	13,4	2,7
Brasil	1.360	23.600	17,4	2,9
Méjico	530	21.800	41,1	2,7
Venezuela	930	15.600	16,8	1,9
Chile	280	3.800	13,6	0,5
Perú	190	3.100	16,3	0,4
Total mundial	58.400	1.756.000	30,1	214,1
Total América	6.590	101.400	16,3	0,4
Argentina	1.170	8.200	7,0	—

En 1950, la Argentina ocupaba el 10° lugar como exportador en el mundo; en 1984 ocupó el 40°.

Fuente: F.M.I. y B.M.

Comercio exterior argentino
Según áreas geográficas. En millones de dólares

Area	Exportaciones 1989	Exportaciones 1990	Importaciones 1989	Importaciones 1990
• **América**	**3.935,42**	**5.191,15**	**2.320,94**	**2.306,80**
—ALADI	2.386,62	3.127,10	1.384,77	1.397,16
—Estados Unidos	1.150,04	1.664,98	878,86	855,54
—Resto de América	398,76	399,07	57,31	54,10
• **Europa**	**3.744,87**	**4.732,62**	**1.373,47**	**1.320,61**
—Comunidad Económica	2.498,96	3.738,52	1.141,38	1.113,74
—Europa Oriental	214,76	226,64	52,57	32,63
—Unión Soviética	828,81	498,71	23,49	12,35
—Resto de Europa	202,34	268,75	156,03	161,89
• **Africa**	**260,36**	**415,57**	**26,79**	**21,45**
—Países petroleros	136,39	263,87	6,11	0,41
—Resto de Africa	123,97	151,70	20,68	21,04
• **Asia**	**1.478,70**	**1.938,41**	**357,22**	**325,01**
—Japón	270,00	394,07	180,68	133,08
—Países petroleros	356,17	798,97	9,67	15,44
—Resto de Asia	852,53	745,37	166,87	176,49
• **Oceanía**	**146,35**	**70,38**	**113,38**	**86,00**
Total	**9.565,70**	**12.348,13**	**4.191,80**	**4.059,87**

Fuente: Boletín de Comercio Exterior de la Secretaría de Industria y Comercio.
Nota: Las cifras pueden no coincidir por redondeo.

PARTICIPACIÓN DE LOS BLOQUES ECONÓMICOS REGIONALES O DE LAS ÁREAS GEOGRÁFICAS EN EL COMERCIO MUNDIAL
(1987)

Comunidad Económica Europea	38%
Australasia	18%
USA/Canadá	16%
Comecon	13%
Efta	6%
América Latina	4%
Medio Oriente	3%
África	2%

Fuente: GATT.

C.F.I.
INGRESO
31 MAR 1992
Nº 1640

Buenos Aires, 27 de marzo de 1992

Sr. Secretario General
del CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES
Ing. Juan José Ciacera

Ref.: Informe Final

De mi mayor consideración:

Tengo el agrado de dirigirme al Señor Secretario General con el objeto de elevar a su consideración el Informe de referencia correspondiente al trabajo "ESTUDIO GEOPOLITICO DE LA PROVINCIA DE BUENOS AIRES" que el organismo a su digno cargo ha tenido la deferencia de encomendarme.

Sin otro particular, saluda atentamente

Lic. Adolfo Kouloudjian

P.D.: Se adjuntan ~~cuatro~~ tres ejemplares del mismo tenor.