

38256

0
0322(2)
CII
III



INFORME FINAL

PROPUESTA OPERATIVA Y ARTICULACION INSTITUCIONAL

OFICINA DE DESARROLLO Y PROMOCION ECONOMICA PARA
LA PROVINCIA DE SAN JUAN

0/0322(2)
CII
III

A.121
H122
H210
01231

EXPERTOS:

SRTA. CRISTINA CASIL

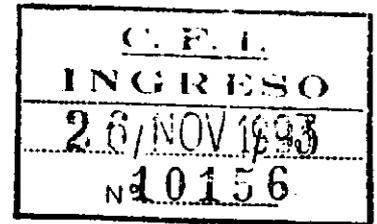
ING. JOAQUIN MAS

LIC. ADRIAN DOMINGUEZ

MFN-125

Buenos Aires, 26 de noviembre de 1993

Sr. Secretario General
Consejo Federal de Inversiones
Ing. Juan José Ciáccera
Presente



De nuestra consideración:

Nos dirigimos a Ud. a efectos de adjuntarle a la presente un original y tres copias del Informe Final, según lo estipulado en el contrato de obra Exp. 2600-1, correspondiente al Proyecto para la creación de la Oficina de Promoción y Desarrollo Económico de la Provincia de San Juan en Buenos Aires.

Sin otro particular, saludamos a Ud. muy atte.

Srta. Cristina Casil
DNI. 12.766.463



Lic. Adrián Dominguez
DNI 10.222.828

Ing. Joaquín J. C. Mas
DNI 8.619.709

INDICE

	<u>PAG.</u>
INTRODUCCION	
A. DEFINICION Y ANALISIS DE LOS ALCANCES DEL PROYECTO	4
A.1. ASPECTOS GENERALES	
A.2. DIMENSIONAMIENTO INSTITUCIONAL DE LA OFICINA	7
B. ESTRUCTURA INSTITUCIONAL	17
B.1. DEPENDENCIA FUNCIONAL Y ASPECTOS ESTRUCTURALES	
B.2. ESTRUCTURA ORGANICA	18
C. CONTROL DE GESTION	25
D. ESQUEMA DE RELACIONES INSTITUCIONALES	28
E. CONTACTOS INSTITUCIONALES CON EXPERIENCIAS EXISTENTES	31
F. SOSTENIBILIDAD DEL PROYECTO	33

CONCLUSIONES

ANEXO

RELEVAMIENTO SOBRE MERCADOS INTERNACIONALES E INFORMACION
COMERCIAL (ampliación del Informe Parcial).

INTRODUCCION

El presente Informe Final, comprende una propuesta institucional basada en el Diagnóstico del Mercado Oferente Provincial de San Juan (Informe Parcial), y en las modalidades que asumen las organizaciones de promoción del comercio y actualmente se encuentran en vigencia a nivel internacional.

Se ha considerado en este sentido, que el inicio de actividades de la Oficina de Promoción a crearse debe tener en principio un carácter experimental que vaya evolucionando a partir de las necesidades concretas que la provincia demande, en función de los recursos que se dispongan y con la flexibilidad que las circunstancias provinciales, nacionales e internacionales lo requieran.

En orden a este carácter experimental se describen una serie de objetivos de corto, mediano y largo plazo que la Oficina podría cubrir, con actividades adecuadas a cada una de las etapas correspondientes, y cuya función principal es lograr inducir al gobierno y al sector productivo, a comprometer sus esfuerzos y recursos en el fomento sistemático de una mayor participación de la producción provincial en el comercio internacional, y un mejor posicionamiento en el ámbito interno.

Asimismo se ha incluido en este trabajo un apartado dedicado a realizar una ampliación y profundización del relevamiento sobre Mercados Internacionales e Información Comercial, efectuado en el Informe Parcial.

A. DEFINICION Y ANALISIS DE LOS ALCANCES DEL PROYECTO.

A.1. ASPECTOS GENERALES

Los alcances del Proyecto están de alguna manera determinados por los objetivos que se planteen como necesarios a lo largo de la evolución del mismo. En general, es conveniente establecer objetivos de corto, mediano y largo plazo, con metas y actividades adecuadas a cada una de las etapas.

Es muy importante destacar la participación del sector privado en la definición de los objetivos de manera conjunta a las áreas gubernamentales intervinientes. Esto resulta fundamental ya que el éxito de la estrategia a lograr depende del resultado y beneficios que las empresas obtengan. Por otra parte, la intervención de los empresarios en los lineamientos esenciales contribuirá a una mayor confiabilidad en el Proyecto si ellos mismos han colaborado para establecerlos.

Hay que señalar la serie de consultas y entrevistas que ya se han iniciado con cámaras empresarias, productores y sectores involucrados, las cuales deben ser profundizadas a través de mecanismos a los que haremos referencia.

En líneas generales, los objetivos globales que pueden implementarse en un programa de fomento y promoción de exportaciones, tendrían las características que se detallan a continuación:

CORTO PLAZO: En esta etapa, cuya duración es estimada en alrededor de un año de duración, el objetivo básico es la creación de servicios comerciales destinados a la promoción de exportaciones de productos que estén en condiciones de venderse en el exterior, sin que sea necesario ajustar la oferta, o introduciendo ajustes muy modestos.

MEDIANO PLAZO: La duración aproximada es hasta de 2 años, y tiene que ver con un proceso de adaptación de productos en cuanto al volumen, tamaño, material y envase a las exigencias de los mercados internacionales. No obstante, en esta etapa continúan desempeñando una importante función los servicios comerciales de promoción de exportaciones.

LARGO PLAZO: En este caso se habla de 5 o más años de duración, y las estrategias tienen que ver con la creación de nuevos productos exportables.

Esto implica inversiones en equipamiento, adopción de nuevas tecnologías y actividades de investigación científica y desarrollo aplicadas a la industria.

Lo expuesto es un esquema tentativo que de manera alguna debe interpretarse como una estructura rígida a adoptar. Su función principal es establecer las grandes líneas de acción en un proceso de fomento y desarrollo de las exportaciones y por lo tanto hay que adecuarlo a las características particulares de la Oficina a crearse.

Sin embargo, si intentáramos definir con mayor precisión algunos objetivos globales, podrían formularse de esta manera:

- * aumentar el volúmen de exportaciones no tradicionales.
- * abrir nuevos mercados para los productos provinciales.
- * diversificar la oferta exportable provincial.

Otros objetivos que pueden plantearse y las actividades que necesariamente exigen su consecución serán desarrolladas en el punto Control de Gestión.

Debe tenerse en cuenta además la limitación en cuanto a la cantidad de recursos disponibles, y en este sentido los organismos de gobierno cumplen un papel fundamental en la orientación de la asignación y movilización de recursos que permitan alcanzar los objetivos propuestos.

A.2. DIMENSIONAMIENTO INSTITUCIONAL DE LA OFICINA.

Las dimensiones institucionales de la OFICINA tienen mucho que ver con las funciones básicas que ésta va a desempeñar. A su vez las funciones o servicios están condicionadas a las necesidades de sus potenciales clientes, en este caso los empresarios.

Si bien se han detectado algunas de las dificultades que el empresariado sanjuanino afronta para la colocación de sus productos tanto en el mercado externo como en el orden interno, (ver Informe Parcial págs. 16 a 20), resulta indispensable establecer mecanismos que ofrezcan mayor certeza en cuanto a determinar los requerimientos de información del sector privado, y que permita a la Oficina planificar sus actividades con la máxima eficacia, teniendo en cuenta sus recursos humanos y financieros.

Hay por lo tanto que llevar a cabo una tarea de mayor elaboración, considerando asimismo otros trabajos previos, cuyo análisis ha permitido detectar entre algunos resultados, las características de empresas que exportan regularmente, esto es su perfil exportador, y también el potencial exportador que algunas de ellas poseen. Tal es por ejemplo el Estudio de la Oferta Exportable realizado por el Consejo Federal de Inversiones.*

Una actividad inmediata de la Oficina consistiría en desarrollar un sistema de encuestas que permitiera actualizar los datos relativos a las empresas seleccionadas en el trabajo mencionado, a su organización, al producto y a las necesidades inmediatas de los usuarios. Tal vez la parte más importante sea la que tenga que ver con esto último, por lo cual es la más compleja y también la más extensa del cuestionario.

Un modelo extractado de la revista FORUM de Comercio Internacional, relativo a las necesidades de los usuarios puede observarse en la página siguiente.

*CFI-Varios Autores- Estudio de la Oferta Exportable-
Identificación de alternativas de Exportación Provincia de
San Juan

Parte del cuestionario relativa a las necesidades de los usuarios

A. Tipos de Información comercial necesaria e importancia para su trabajo	Muy Importante	Bastante Importante	Poco Importante
1. Información sobre los productos			
a. Información tecnológica	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b. Normas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c. Diseño	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Oportunidades de negocio, de cooperación, de inversión			
a. Solicitudes extranjeras de ofertas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b. Avisos de licitación Internacional	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c. Inversiones de compañías extranjeras	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d. Cooperación con compañías extranjeras	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e. Información sobre proyectos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
f. Solvencia de los posibles socios	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Información sobre los precios de productos específicos			
a. Precios CIF	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b. Precios FOB	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c. Precios al por mayor en mercados extranjeros	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d. Precios al detalle en mercados extranjeros	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Información estadística sobre el comercio exterior			
a. Estadísticas de comercio exterior	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b. Estadísticas de producción	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c. Estadísticas de consumo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. Información sobre mercados/países extranjeros			
a. Informaciones prácticas para los empresarios	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b. Datos generales sobre el país	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c. Datos económicos básicos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d. Política comercial	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e. Telecomunicaciones y transporte	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
f. Medios de publicidad	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
g. Trámites aduaneros	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
h. Reglamentación de las importaciones	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
i. Reglamentaciones y documentos de transporte y comercio	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
j. Reglas sobre los contratos/agencias	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. Otra información sobre productos/mercados			
a. Aranceles de importación	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b. Barreras no arancelarias	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c. Estructura de la demanda	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d. Requisitos de los consumidores	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e. Competencia	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
f. Canales de distribución	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
g. Prácticas comerciales	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
h. Ferias y exposiciones comerciales	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. Información sobre el país de origen			
a. Información sobre la oferta de productos específicos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b. Reglamentación de las exportaciones	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c. Reglamentaciones y leyes sobre inversiones y cooperación	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. Varios. Sírvase especificar:	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

3. Información sobre los precios de productos específicos como indicado en A.		
4. Información estadística sobre el comercio exterior		
a. Estadísticas de comercio exterior	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b. Estadísticas de producción	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c. Estadísticas de consumo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sírvase detallar el modo de utilizar las estadísticas:		
5. Información sobre mercados/países extranjeros		
a. Informaciones prácticas para los empresarios	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b. Datos generales sobre el país	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c. Datos económicos básicos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d. Política comercial	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e. Telecomunicaciones y transporte	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
f. Medios de publicidad	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
g. Trámites aduaneros	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
h. Reglamentación de las importaciones	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
i. Reglamentaciones y documentos de transporte y comercio	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
j. Reglas sobre los contratos/agencias	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. Otra información sobre productos/mercados		
a. Aranceles de importación	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b. Barreras no arancelarias	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c. Estructura de la demanda	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d. Requisitos de los consumidores	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e. Competencia	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
f. Canales de distribución	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
g. Trámites aduaneros	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
h. Ferias/exposiciones comerciales	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. Información sobre el país de origen		
a. Información sobre la oferta de productos específicos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b. Reglamentación de las exportaciones	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c. Reglamentaciones y leyes sobre inversiones y cooperación	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. Varios. Sírvase especificar:	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

C. Fuentes de información que se emplean actualmente	Constantemente	A veces	Nunca
1. (Organización de procedencia)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Departamentos de la administración central	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Departamentos de la administración provincial	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Organizaciones comerciales/industriales/profesionales nacionales	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. Organizaciones comerciales/industriales/profesionales extranjeras	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. Bancos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. Agregados comerciales en el extranjero	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. Sucursales propias	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. Visitas/contactos directos a/con mercados	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10. Periódicos, revistas, etc., profesionales nacionales	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11. Periódicos, revistas, etc., profesionales extranjeros	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12. Varios. Sírvase especificar:	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

D. Medios/cauces de comunicación deseados y grado de utilidad de los mismos	Muy útil	Bastante útil	Poco útil
1. Consulta	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Acceso a un centro de documentación	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Servicio de solicitudes-respuestas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Comunicación de las oportunidades de negocio, de inversión, de cooperación por <input type="checkbox"/> teléfono <input type="checkbox"/> télex <input type="checkbox"/> fax <input type="checkbox"/> carta	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. Publicaciones periódicas			
a. Boletín sobre oportunidades comerciales	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Frecuencia preferida: <input type="checkbox"/> semanal <input type="checkbox"/> quincenal <input type="checkbox"/> mensual			
b. Boletines específicos sobre productos/sectores	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Frecuencia preferida: <input type="checkbox"/> semanal <input type="checkbox"/> quincenal <input type="checkbox"/> mensual			
c. Boletín de información comercial general	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Frecuencia preferida: <input type="checkbox"/> semanal <input type="checkbox"/> quincenal <input type="checkbox"/> mensual			
6. Estudios de mercado	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. Estudios sobre países	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. Seminarios, reuniones de difusión de información	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. Oficinas de enlace regionales	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10. Varios. Sírvase especificar:	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

B. Clase de Información requerida	Información directa	Datos sobre las fuentes de la información
1. Información sobre los productos		
a. Información tecnológica	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b. Normas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c. Diseño	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Oportunidades de negocio, de cooperación, de inversión		
a. Solicitudes extranjeras de ofertas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b. Avisos de licitación Internacional	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c. Inversiones de compañías extranjeras	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d. Cooperación con compañías extranjeras	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e. Información sobre proyectos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
f. Solvencia de los posibles socios	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sírvase indicar la información sobre los posibles socios, además del nombre y dirección, y el producto/servicio deseado u ofrecido, que considera útil:		
<input type="checkbox"/> Detalles sobre la actividad <input type="checkbox"/> Capital <input type="checkbox"/> Referencia bancaria		
<input type="checkbox"/> Año de fundación <input type="checkbox"/> Número de empleados		
<input type="checkbox"/> Varios. Especificarse:		

Luego del análisis de las encuestas, deberán profundizarse los contactos, entrevistas y reuniones con el sector privado para complementar y/o suplir la información que aquellas no hubieran podido relevar por distintos factores. Recién entonces la Oficina estará en condiciones de definir con mayor certeza cuáles serán sus funciones básicas y/o necesidades con capacidad de satisfacer, rentabilidad o conveniencia para ofrecer un servicio determinado, o la posibilidad de derivar un requerimiento específico hacia otra organización con mayor aptitud de cubrir el mismo.

Sin embargo podríamos adelantar algunas actividades referidas a servicios de información comercial que la Oficina en una etapa inicial estaría en condiciones de brindar:

- Obtener información sobre precios, presentación, packaging y sistemas de distribución de productos en los mercados internacionales.
- Asesoramiento sobre el régimen y la operatoria de export. e importación, trámites y gestiones comerciales.

- Determinación del posicionamiento de la competencia, tendencias y tácticas de comercialización.
- Información de referencias comerciales y bancarias.
- Servicios de comunicación: teléfonos, télex, fax, PC, etc.
- Utilizar una videoteca a través de la incorporación de videos de la empresa y sus productos.
- Sala de exposición de productos.
- Reuniones y contactos de los empresarios PYMES, visitantes para la concreción de agendas, visitas a ferias, fabricantes y distribuidores.
- Utilización de la infraestructura de la Oficina como: sala de reuniones, servicios administrativos, de recepción e información.

Las actividades expuestas son consideradas en función del conocimiento insuficiente de los mercados extranjeros, por parte de exportadores y productores provinciales en general, siendo ésta una de las deficiencias más comunes de los mismos.

Un servicio centralizado de información comercial, ligado a otras instituciones como cámaras de comercio, organizaciones internacionales que ofrecen conexiones con bases de datos y otros organismos públicos vinculados al comercio exterior, puede ser útil para resolver éste problema.

Mencionaremos a continuación otras actividades que la Oficina puede llevar a cabo en una etapa más avanzada:

DESARROLLO DE MERCADOS Y PRODUCTOS

Un programa global de promoción comercial y exportaciones incluye actividades tales como la designación y desarrollo de mercados y productos. Esta información es vital para decidir hacia dónde encauzar los esfuerzos de promoción de la Oficina.

Luego del análisis de cuestionarios, consultas y entrevistas será posible preparar perfiles de productos y empresas para darlos a conocer a posibles compradores extranjeros. Estos perfiles deberán incluir datos relativos al volúmen del producto, precios, principales productores y exportadores. En cuanto a las empresas habrá que describir las características generales de las mismas y su capacidad de producción.

Como complemento de lo anterior, y con ayuda de especialistas, deberán prepararse perfiles de mercados donde se precisen específicamente las posibilidades de venta.

Los datos necesarios para la preparación de perfiles de mercado y que la Oficina deberá relevar, incluyen:

- Principales categorías de importaciones del país destinatario.
- Características generales de esas importaciones.
- Pautas de consumo.
- Normas y reglas de importación.
- Aranceles, condiciones y requisitos de comercialización.
- Niveles de precios, canales de distribución, acuerdos comerciales bilaterales y multilaterales, etc.

Esta información requerirá del estudio de especialistas en el tema, que analicen los datos obtenidos a través de los representantes comerciales o instituciones como las cámaras de comercio.

ESTUDIOS DE MERCADO.

Una tarea de gran utilidad que la Oficina podría encarar en un mediano plazo es la preparación de estudios de mercado. Estos requieren de una investigación más detallada que los perfiles antes citados, y permiten dar una visión muy completa de las características de un determinado mercado para un producto de exportación dado.

Resulta conveniente que estos estudios sean realizados in situ, en el mercado o mercados pertinentes, a cargo de un especialista acompañado de representantes del sector.

Luego se podrá preparar un informe por escrito del mercado que se dará a conocer a los interesados, y que podrá servir de base para emprender actividades de comercialización y adaptación de productos.

FERIAS COMERCIALES .

La Oficina puede encarar un programa de participación en exposiciones y ferias comerciales, basado en el potencial de la provincia en mercados específicos y en la utilidad de las ferias relativas a sus productos.

También aquí es importante la formulación y aplicación de una estrategia de promoción a cargo de personal de comercialización especializado en el tema.

MISIONES DE VENTA O COMERCIALES

Las misiones de venta pueden encararse en conjunción con las ferias comerciales o independientemente de ellas. Apuntan fundamentalmente a establecer un contacto estrecho entre exportadores y compradores.

La composición e itinerario de la misión habrá que prepararla en forma conjunta entre la Oficina y los empresarios interesados. Será conveniente que un representante de la Oficina efectúe una visita de exploración antes de la misión, a fin de determinar las posibilidades de competitividad de los productos que se trate. Normalmente este trabajo preparatorio es llevado a cabo por un representante comercial del país en el mercado, el que podrá también asesorar respecto al programa de la misión.

SERVICIOS ESPECIALIZADOS

Otra de las tareas de la Oficina será la de brindar apoyo a las empresas de exportación a dominar mejor las técnicas del comercio exterior, asesorándolos en los procedimientos de exportación, financiación de exportaciones, calidad de productos, envases y embalajes.

Este tipo de asesoramiento podrá en algunos casos ser prestado en forma directa por la Oficina o en colaboración con instituciones especializadas a tal fin.

Entre otros servicios de apoyo especializados podemos destacar los que se refieren a la determinación de costos y precios, la publicidad, temas jurídicos, seguro de crédito a la exportación, gestión técnica y operativa de las exportaciones, transportes, seguros y promoción de inversiones.

B. ESTRUCTURA INSTITUCIONAL

B.1. DEPENDENCIA FUNCIONAL Y ASPECTOS ESTRUCTURALES

Diversos factores tales como financiación, apoyo del sector gubernamental, flexibilidad de actuación, posibilidad de contar en forma casi inmediata con una localización física, sugieren que en una etapa inicial la Oficina esté adscripta a un área gubernamental. Si bien lo óptimo sería un alto grado de autonomía, básicamente en lo relativo a presupuesto, empleo de personal y realización de actividades independientes de los procedimientos de la Administración Pública, las condiciones de funcionamiento de la Oficina, sus resultados y la participación del sector privado, irán determinando una forma evolutiva la mayor o menor dependencia del ámbito exclusivo público.

Se ha planteado en el Informe Parcial, que el Ministerio de la Producción es el organismo más afín a las características de este Proyecto, y al cual debería integrarse esta Oficina con carácter experimental.

Cabe esperar que la integración a un órgano estatal sea una medida esencialmente de corto plazo, y que en lo mediano se constituya en una entidad de mayor autonomía, con alto grado de dinamismo y participación del sector privado.

No obstante, debe señalarse que en la experiencia internacional, la constitución de una oficina comercial adscrita a un área gubernamental es la modalidad más corriente en este tipo de instituciones. Por otra parte, puede resultar la forma más eficaz inicialmente por las razones aludidas: dado que este Proyecto constituye una iniciativa del gobierno provincial, que seguramente fomentará el acercamiento del sector empresario.

B.2. ESTRUCTURA ORGANICA

B.2.1. CONSEJO DE ADMINISTRACION

Por lo general este tipo de organizaciones poseen un órgano que establece las pautas generales de trabajo y al cual reporta toda la estructura, comunmente denominado Consejo de Administración. Este Consejo está integrado en parte por representantes del sector público y también del ámbito privado.

Es de fundamental importancia, para la selección y realización de actividades de la Oficina, la participación del sector privado en este Consejo. Esta participación podrá ser a través de representantes individuales o de las cámaras empresariales.

En muchos países por otra parte, se han creado comités asesores compuestos por representantes del sector empresarial; generalmente esta modalidad se utiliza cuando los empresarios no están integrando el Consejo.

En cuanto al sector público podrían integrar el Consejo: como Presidente del mismo el Sr. Gobernador de la provincia o un representante, el Ministerio de la Producción y/o los organismos dependientes de éste que se consideraran convenientes, La Casa de San Juan en Buenos Aires y el Banco de San Juan.

Finalmente hay que señalar que el grado de representación con que desde el ámbito público o privado se integre este Consejo, va a incidir en la autonomía de la Oficina y en las funciones que en la misma se lleven a cabo.

B.2.2. ESQUEMA OPERATIVO-FUNCIONAL

La continuidad y crecimiento operativo de la Oficina debe contemplar los siguientes requerimientos funcionales mínimos:

- a) Organo Directivo y Dotación de Personal
- b) Espacio físico
- c) Servicio de comunicaciones
- d) Presupuesto

a) Organo Directivo y Dotación de Personal:

Se considera conveniente que dicha Oficina debería estar a cargo de un Director y un Subdirector que en diferente grado, puedan tomar decisiones relativas a la administración, orientación de la promoción, estrategias comerciales, relaciones con organismos internacionales, instituciones públicas afines al comercio exterior y difusión y relaciones institucionales en los niveles adecuados y de acuerdo a directivas impartidas por el Consejo.

En cuanto a la dotación del personal la estructura debería integrarse en dos etapas en función de las actividades y servicios a brindar:

Etapa Inicial:

Los servicios iniciales requerirían como mínimo personal profesional y técnico con experiencia específica en comercialización internacional, negociaciones, manejo de sistemas operativos, informática, etc. La dotación estará dada en función de las posibilidades presupuestarias.

En cuanto al personal administrativo de apoyo, a saber: un administrativo-contable con experiencia en tareas similares, una secretaria bilingüe y dos auxiliares administrativos, todos con conocimientos en computación, manejo de fax, etc. y personal de maestranza.

Etapa de Consolidación:

Ya se han señalado las diversas funciones que una Oficina de estas características puede desempeñar. En este sentido se torna necesario la incorporación de personal técnico-operativo que lleve a cabo trabajos de investigación, de acuerdo a la carga de trabajo y evolución de la institución. En esta etapa entonces deberá contemplarse la posibilidad de creación de nuevos departamentos o áreas de estudio, que desarrollen trabajos altamente especializados en función de los requerimientos de productores y empresarios.

b) Espacio

La disponibilidad de un local de 350 metros aproximadamente, propiedad de la provincia, ubicado en el microcentro de la Capital Federal, posibilita en principio el funcionamiento de la institución. El aprovechamiento de un amplio espacio, ubicado en el subsuelo, a los fines de utilización como videoteca, centro de reuniones, conferencias, exposición de productos, convenciones, congresos o cualquier otro evento que contribuya a acrecentar los negocios y difusión de la producción provincial, resulta óptimo.

El salón principal, localizado en la planta alta, es susceptible de ser remodelado para la utilización de oficinas y atención al público.

c) Servicio de Comunicaciones:

Como mínimo debería contemplarse un servicio de tres líneas telefónicas y telefax.

En materia de equipamiento informático deberá contemplarse la posibilidad de un equipo principal o server, conectado a terminales que conformen una red de información. Inicialmente los programas y equipamiento

deben posibilitar la conexión a bases de datos que garanticen las necesidades de información comercial.

d) Presupuesto:

Entre las posibles fuentes de financiación de una Organización de Promoción Comercial, encontramos:

- Presupuesto del Estado
- Contribuciones del sector privado
- Cobro por los servicios prestados
- Participación de los impuestos en vigencia sobre las exportaciones e importaciones.

Dadas las características de este Proyecto, en donde la participación del sector privado no está definida con precisión, debe partirse de la base que el soporte financiero inicialmente provendrá del nivel gubernamental provincial.

Cabe destacar que habría que buscar otras alternativas que permitan superar las limitaciones salariales que establece la Administración Pública, a fin de poder contratar personal idóneo en el desempeño de las tareas de la Oficina con un nivel de remuneraciones comparable a las del ámbito privado.

La participación del sector privado vuelve a adquirir relevancia, especialmente en lo que atañe a las contribuciones efectivas que pueda realizar. Sin embargo, no cabe albergar demasiadas expectativas en un comienzo, hasta tanto el sector empresarial no visualice los beneficios concretos que la Oficina pueda brindarle.

En esta primera etapa resultaría difícil cobrar por los servicios que se presten, ya que algunos empresarios, a los que habría que convencer para que se dediquen a la exportación podrían verse desalentados por el hecho de tener que pagar por estos servicios. Esto será viable cuando las prestaciones alcancen un elevado y constante nivel de calidad.

Cabe citar la participación y organización en ferias comerciales, en las cuales el cobro de servicios suele resultar más provechoso como modo de obtener ingresos. Otra forma puede ser los servicios de asesoramiento para la gestión de operaciones de exportación, suscripciones a bases de datos, servicios por exposición de productos y de comunicación.

En la etapa de consolidación el cobro por servicios prestados debe constituir uno de los ingresos más importantes de la Oficina a partir de los estudios de mercados, programas de promoción de productos y demás tareas especializadas que la entidad desarrolle.

C. CONTROL DE GESTION

Una manera efectiva de llevar un buen control de gestión es establecer un programa anual de trabajo, que puede no sólo sistematizar las actividades de la Oficina sino también medir los resultados que se vayan obteniendo.

Los programas de trabajo establecen actividades específicas a corto plazo (12 meses) de acuerdo a los objetivos y estrategias de mediano y largo plazo fijados por la institución de promoción.

Estos objetivos y estrategias son formulados por las máximas autoridades de la organización en consulta con el Consejo de Administración.

Generalmente se pautan no más de 4 o 5 objetivos globales por programa al año.

Podríamos mencionar como ejemplo, los siguientes objetivos para el caso específico de San Juan (algunos son señalados al comienzo de este trabajo):

*Abrir nuevos mercados

*Establecer nuevas estrategias comerciales y promocionales para las PyMes

*Aumentar el volúmen de las exportaciones no tradicionales.

A estos objetivos globales corresponderá una estrategia de acción, para la cual se especificará los campos de actividad, determinadas categorías de productos y de empresas, que a modo de ejemplo podrían ser:

*Adquirir conocimientos adecuados sobre el mercado frutihortícola en Asia.

*Conseguir la participación de 100 nuevos exportadores de vinos finos en los mercados de EEUU y CEE.

*Aumentar las exportaciones de productos no tradicionales en un 50%.

Luego deberá establecerse un programa de actividades que permita alcanzar los objetivos y estrategias formulados. Así por ejemplo:

- * Organizar una misión comercial en Hong Kong, Corea, etc.
- * Participar en la feria comercial VINEXPO (Francia)
- * Llevar a cabo un programa de asistencia técnica para PYMES.

Debe advertirse que un programa de esta magnitud corresponde a una organización con departamentos y secciones encargados de desarrollar una importante carga de trabajo altamente especializada. No es el caso de la Oficina a crearse en su primer año de trabajo, la cual debe plantearse metas más modestas acordes con sus recursos financieros y humanos.

Por último un calendario detallado de actividades permitirá medir la capacidad operativa de la organización y que tan realistas fueron los objetivos y estrategias fijados, por lo cual constituye un eficaz indicador de gestión.

D. ESQUEMA DE RELACIONES INSTITUCIONALES

A continuación se describen algunos esquemas, en distintos niveles: provinciales, nacionales e internacionales, de las principales relaciones institucionales que debería establecer la Oficina. Se han señalado algunos organismos específicos, principalmente dependientes de entes nacionales que por sus características resultarían prioritarios para el proyecto.

NIVEL PROVINCIAL

Ministerio de la Producción	OFICINA DE PROMOCION	
Secretaría de Promoción y Planificación Económica		Cámaras empresarias
Subsecretaría de Comercio Exterior		
Subsecretaría de Agricultura y Ganadería		
Banco de San Juan		Asociaciones de productores
Casa de San Juan		
en Buenos Aires		

NIVEL NACIONAL

Ministerio de Relaciones
Exteriores y Culto
(Fundación ExportAr y Grupo
Mercado Común GMC)
Dir. de Comercio Exterior

Secretaría de Agricultura
Ganadería y Pesca
PROMEX-

Subsecretaría de Producción
Agropecuaria y Mercados y
Economía.
FINAGRO

OFICINA DE

PROMOCION

Secretaría de Industria y
Comercio.
Registro Industrial Nacional
RIN- CIP (Centro de Información
PYME)- CIEI (Centro de Información
Estadística Industrial)

Subsecretaría de Comercio
Exterior (SICC)

Instituto Nacional de Estadísticas
y Censos-INDEC (Bco. de datos de y
Información y servicios estadísti-
cos)

Aduana

Las Cámaras empresarias nacionales se describen en el Informe
Parcial.

NIVEL INTERNACIONAL

Cámaras Binacionales
y Extranjeras

Embajadas
Agregados Comerciales

OFICINA DE
PROMOCION

Organismos
Internacionales

Oficinas de Promoción
de Importaciones y
Apoyo Tecnológico

La descripción de estas entidades, características principales, modalidades de funcionamiento, acceso a base de datos, etc. se describen en el Informe Parcial y en este trabajo.

E. CONTACTOS INSTITUCIONALES CON EXPERIENCIAS EXISTENTES.

Se ha establecido contacto con la Oficina de Pro-MENDOZA, cuyos objetivos son similares a los del presente Proyecto. Se describen asimismo las características de 2 organismos de promoción exportadora que corresponden a las experiencias de la Provincia de Buenos Aires y la Provincia de Córdoba.

PRO-MENDOZA:

Es sin lugar a dudas la Oficina de Promoción Económica con características más similares a la entidad que se intenta crear.

Participan de su estructura el Gobierno de la provincia de Mendoza, el Banco de Mendoza y el Banco de Previsión Social. Básicamente su objetivo prioritario es establecer un nexo entre la provincia y la detección de oportunidades en el resto del país o en el exterior.

Sus tareas y actividades están vinculadas a :

*promoción comercial de las actividades productivas existentes para:

consolidación de la presencia de productos y mercados tradicionales

acceso a los mercados de nuevas actividades que posean potencial exportable.

*promoción de inversiones, a través de:

detección de nuevas formas de financiamiento para actividades productivas.

divulgación de oportunidades de inversión existentes en la provincia.

*desarrollo científico y tecnológico, a través de:

apoyo a la modernización tecnológica del aparato productivo.

establecimiento de nuevos vínculos con embajadas, agregadurías comerciales y Oficinas de Organismos internacionales

CENTROS COMERCIALES DE PROVINCIAS EN EL EXTERIOR

BUENOS AIRES:

Ha creado dos organismos de promoción exportadora con sede en Santiago de Chile y San Pablo (Brasil).

En Santiago de Chile fue inaugurado en Agosto de 1990 con sede en la sucursal del Banco Provincia y con la denominación de BUENOS AIRES TRADE CENTER. Cuenta con una infraestructura de comunicaciones y servicios, personal técnico especializado y un espacio de exposición.

En San Pablo poco después fue inaugurado el 2 Centro que funciona también en la sucursal del Banco Provincia contando con las mismas facilidades operativas y administrativas.

Estos centros constituyen una base operativa para las PYMES que pueden competir en el exterior.

Buenos Aires desde 1987 ha creado centros de promoción de exportaciones que se encuentran en funcionamiento en 24 municipios conectados a la red informática de La Plata, se enfatiza la acción en apoyo a las Pymes por su participación en el comercio exterior.

CORDOBA:

Ha organizado una Córdoba TRADE CENTER en la ciudad de Nueva York en coordinación con el Banco de la Provincia de Córdoba y el Banco Social. Mediante convenios suscriptos con organismos de provincias el CTC presta servicios a PYMES de distintos puntos del país. Hay ya 7 provincias vinculadas al sistema y 10 en gestión de adhesión.

F. SOSTENIBILIDAD DEL PROYECTO.

Desde el comienzo de este trabajo se ha advertido sobre el carácter experimental del Proyecto y las sucesivas etapas de implementación del mismo.

Establecer objetivos y estrategias adecuadas será una condición necesaria para el éxito, donde la participación empresaria habrá de tener una gran importancia.

El realismo con el que se planteen estos objetivos y las actividades que se lleven a cabo para su logro habrá de incidir también en los resultados a obtener.

Se destacan aquí algunos factores institucionales que podrían condicionar la puesta en marcha del Proyecto, tales serían:

*Definición sobre el grado de autonomía de la Oficina.

*Recursos presupuestarios destinados al Proyecto.

*Participación del sector privado.

Por otra parte será indispensable que la Oficina cuente para el desempeño eficaz de sus funciones, con:

*capacidad y grado de dinamismo que la dirección ejecutiva imponga a la estructura.

*apoyo del gobierno provincial.

*actividades pautadas y acordes con los objetivos.

*personal idóneo en todas las áreas.

Finalmente la Oficina cumplirá su objetivo si logra satisfacer las necesidades del empresariado provincial en su conjunto, acompañando así el proceso de transformación económica que el gobierno ha encarado.

CONCLUSIONES

Al comienzo de este trabajo se ha señalado el carácter experimental que necesariamente debe tener en una etapa inicial la Oficina a crearse. Se han mencionado asimismo diversos factores, que van desde el apoyo financiero gubernamental a la posibilidad de contar con una localización física estratégicamente ubicada, propiedad del sector público provincial, que determinan la adscripción de la Oficina a un área gubernamental.

Cabe hacer notar por otra parte que la participación del sector empresario en este proyecto, si bien hay fundadas expectativas al respecto, permanece en estado latente. Aspectos tales como la representación y composición empresaria en la estructura orgánica han sido debatidos en sucesivas entrevistas que el equipo profesional, autor de este trabajo, ha llevado a cabo con representantes del sector. Sin embargo, no se han arribado a conclusiones significativas que definan la representación empresarial en el órgano de conducción del Proyecto. Es dable esperar que tal situación se revierta a corto plazo, a partir del entusiasmo con que los empresarios en su conjunto, se han manifestado por esta iniciativa, y de los beneficios concretos que se obtengan como resultado de una gestión dinámica y eficaz.

Debe señalarse por otra parte, que la integración y participación definitiva del sector privado a este proyecto es objeto de deliberaciones en el más alto nivel del gobierno provincial.

En función de lo expuesto este equipo de profesionales, sugiere que la Oficina a crearse sea adscripta a un área gubernamental, representada en un Consejo de Administración, que establezca las pautas generales de funcionamiento y al cual reporte la estructura orgánica de la misma. El esquema funcional, organo directivo y demás aspectos institucionales se encuentran descriptos en el párrafo correspondiente a ESTRUCTURA ORGANICA, al cual nos remitimos.

BIBLIOGRAFIA CONSULTADA

REVISTA FORUM DE COMERCIO INTERNACIONAL:

Planificación de la promoción del comercio. ENERO/MARZO DE 1988.

Oficina de Promoción de las Importaciones. JULIO/SEPTIEMBRE DE 1989.

Información comercial. ENERO/MARZO DE 1990.

Redes de Información comercial. ABRIL/JUNIO DE 1990.

Servicios del CCI. ABRIL/JUNIO DE 1990.

Organizaciones de promoción del comercio. JULIO/SEPTIEMBRE DE 1992.

CENTRO DE COMERCIO INTERNACIONAL (CCI) UNCTAD-GATT,
Publicaciones del CCI:

Perfiles de Organismos de Promoción comercial. 1988.

TRADE PROMOTION INSTITUTIONS. Monograph on export Promotion and Development. 1992.

Posibles fuentes de financiamiento de una OPC. 1989.

CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES (CFI): Estudio de alternativas de exportación del Nuevo Cuyo. Varios autores. 1992.

MARCHINI, Jorge CFI. Oferta y demanda de exportaciones del Nuevo Cuyo. 1991.

DROVETA, Susana-CFI. Efectos de la ley de promoción industrial en San Juan. 1990.

GUERRINI, Juan Carlos-CFI- Actualización del plan regulador del conglomerado urbano del Gran San Juan, su área de influencia. 1986-87.

CARDINALE, Aldo y otros-CFI- Programa de desarrollo minero de la Prov. de San Juan. 1986-88.

LACUNZA, Carlos-CFI- Análisis y Diagnóstico Regional. 1986.

MARTINET, Marta-CFI- Propuesta de ordenamiento del valle del Tulúm, Ullúm y Zonda. 2do. Informe regional.

ANEXO

(ampliación Informe Parcial)

RELEVAMIENTO SOBRE MERCADOS INTERNACIONALES

IDENTIFICACION DE ESTRATEGIAS COMERCIALES Y
PRODUCTIVAS

AMPLIACION DEL RELEVAMIENTO DE LAS FUENTES DE INFORMACION SOBRE MERCADOS INTERNACIONALES.

Una de las deficiencias fundamentales mencionadas por los productores y exportadores en lo referente a fuentes de información, es la falta de conocimiento de los mercados externos.

En este sentido, una de las actividades más relevantes que deberá llevar a cabo esta oficina, es la centralización de un buen servicio de información comercial que vinculado a otros organismos e instituciones nacionales e internacionales podrá colaborar con el sector exportador a ofrecer, colocar y lograr una permanencia de sus productos en el exterior.

Por tal motivo, se profundiza en este apartado el relevamiento de las fuentes de información detalladas en el informe parcial de este proyecto.

OFICINAS DE PROMOCION DE LAS IMPORTACIONES DE PAISES EN VIAS DE DESARROLLO Y OTRAS ORGANIZACIONES DE PROMOCION DEL COMERCIO.

TEOC - TRADE FACILITATION OFFICE CANADA

Esta oficina fue creada por el Gobierno de Canadá a través de la ACDI (Agencia Canadiense de Desarrollo Internacional) con el objetivo principal de brindar asistencia a los países en desarrollo que quieran promover sus exportaciones a Canadá.

Los servicios que presta esta oficina son los siguientes:

- Participación en ferias comerciales.
- Misiones comerciales a Canadá.
- Misiones de compra en el exterior.
- Seminarios sobre las oportunidades comerciales del mercado canadiense.
- Organización de seminarios en Ottawa para los representantes acreditados en Canadá de los países no desarrollados.
- Información sobre exportadores de países en vías de desarrollo incluyendo catálogos y precios.

-Información sobre el mercado canadiense disponible en un filme de 23 minutos en PAL, NTSC en inglés, francés, castellano, mandarín, irlandés, bahasa (indonesio) y portugués. Este material se presta en forma gratuita.

-Información sobre determinados productos canadienses disponibles en video-tapes cortos de 10 minutos en inglés en PAL y VHS.

-Registro de importadores canadienses.

-Distribución gratuita de la revista FLASH entre los importadores canadienses con ofertas de productos, ferias y exposiciones y noticias generales de los países en desarrollo, interesados en el mercado de Canadá. Esta publicación es trimestral.

-Boletines informativos sobre diversos aspectos del mercado canadiense.

A efectos de acceder a los beneficios ofrecidos por esta oficina, los exportadores deberán completar un formulario (Exporter Profile) y de este modo quedarán registrados en su base de datos, y les brindarán todos estos servicios en forma gratuita.

SWEDECORP -AGENCIA SUECA PARA EL DESARROLLO INTERNACIONAL DE EMPRESAS.

Swedecorp fue fundada en julio de 1991 como resultado de la fusión de Swedfund, IMPOD y partes de la División Industrial de la ASDI (Autoridad Sueca para el Desarrollo Industrial).

Con el fin de estimular el crecimiento económico, Swedecorp fomenta el intercambio comercial, ante todo con Suecia, e impulsa y apoya el comercio y la industria de los países en vías de desarrollo mediante la transferencia de know-how y cooperación industrial.

El Departamento de Servicios Exterior y de Promoción del Comercio de Swedecorp cumple la función de asistir a los exportadores de Europa del Este, Africa, Asia y América Latina ofreciéndoles los siguientes servicios:

Suscripción al Trade & Trend

Esta revista que se edita seis veces al año, provee información sobre el mercado sueco y cada emisión contiene una sección de avisos clasificados sobre importadores suecos que buscan nuevos proveedores.

Avisos en Import Kontakt

Esta revista se distribuye entre los importadores suecos, seis veces al año y brinda la posibilidad de publicar las ofertas de los productos procedentes de los países en desarrollo. La selección de las compañías avisadoras se basa fundamentalmente en la información que éstas suministran y de la demanda del mercado sueco.

Market Briefs

Es un boletín de noticias que provee información sobre el mercado de Suecia categorizado por grupo de productos.

La base de datos de la Swedecorp brinda una excelente posibilidad de realizar negocios. Los exportadores quedan automáticamente incluidos en esta base, una vez que hayan suministrado la información y cumplimentado con los requerimientos exigidos por la Swedecorp.

Estos servicios son gratuitos.

OSEC - OFFICE SUISSE D'EXPANSION COMMERCIALE

Es la oficina suiza para el fomento del comercio en favor de países en vías de desarrollo.

Su misión es apoyar mediante preferencias arancelarias las exportaciones con destino a Suiza, trabajando en estrecha colaboración con el Centro de Comercio Internacional (UNCTADGATT) de Ginebra y con las representaciones diplomáticas de los países en desarrollo.

Los servicios que brinda en forma gratuita esta oficina son los siguientes:

- Información a los fabricantes y exportadores de los países en desarrollo sobre condiciones y posibilidades de venta en Suiza de determinados productos sobre estadísticas y reglamentaciones de importación, canales de distribución, regimen legal vigente en el mercado, ferias, etc.

- Facilitan los contactos entre socios potenciales, manteniendo un registro de importadores de países en desarrollo, interesados en vender en el mercado suizo que a su vez difunde entre los importadores y mayoristas de ese país a través de un boletín de ofertas.

- Concibe y ejecuta proyectos a más largo plazo de promoción de las exportaciones a favor de determinados países elegidos por acuerdo con las autoridades suizas. Estos proyectos se refieren a formación, asesoramiento para transformación y mejora de productos, investigaciones de mercados y promoción en el mercado suizo.

Los interesados deberán ponerse en contacto con esta oficina precisando sus objetivos y necesidades aportando datos lo más específicos posibles.

FINIPO (PRODEC IMPORT)

Es la oficina finlandesa que promueve e impulsa el fomento del comercio y la industria de los países en vías de desarrollo. PRODEC IMPORT finalizó su conexión con el Helsinki School of Economics en enero de 1993 y ha sido designada como FINIPO ya que desde ahora depende del Finnish Foreign Trade Association.

**NORIMPOD - NORVEGIAN IMPORT PROMOTION OFFICE FOR PRODUCTS
FROM DEVELOPING COUNTRIES**

Es una oficina gubernamental que depende del Ministerio de Comercio del Gobierno de Noruega que ayuda a promover las exportaciones procedentes de países en desarrollo y es además oficina de contacto en Noruega del ITC - UNCTAD/GATT.

Los principales servicios de asistencia que brindan estas oficinas son los siguientes:

-Ayudar a los exportadores a la toma de contacto con importadores de sus países, a través de diferentes canales, con el fin de conseguir un proveedor apropiado para un producto específico.

-Proveer información básica sobre sus mercados, aranceles aduaneros, reglamentaciones de importación, aspectos jurídicos y datos estadísticos relacionados con el comercio exterior.

-Brindar asistencia a exportadores o delegaciones de países en desarrollo para concertar entrevistas con empresas importadoras.

-Organizar misiones de compra para los importadores en los países en desarrollo.

-Organizar actividades de entrenamiento y capacitación sobre comercialización.

-Ayudar en la selección de métodos e implementación de técnicas de mercado.

-Editan un boletín sobre oportunidades de negocios que es distribuido entre los importadores de sus países.

En principio todos estos servicios son sin cargo, salvo en casos muy específicos en los que se considere cobrar un cargo de acuerdo al costo del servicio prestado.

Para acceder a los beneficios que ofrecen estas oficinas será necesario completar un cuestionario (Company Profile - Product Profile Questionnaire) que deberán ser cumplimentados por los interesados.

BFAI - BUNDESSTELLE FUR AUSSENHANDELS-INFORMATION

Esta es la Oficina de la República Federal de Alemania de Información sobre el Comercio Exterior que presta asistencia en comercialización a los exportadores de los países en desarrollo.

Los servicios que brinda esta oficina en líneas generales son los siguientes:

- Asistencia a los exportadores extranjeros.
- Información sobre el mercado de su país.
- Boletín de noticias que incluye oferta de compras.
- Información sobre productos comercializados en su país.
- Avisos y publicaciones sobre importadores locales.
- Publicaciones sobre exportadores y productos de los países en desarrollo.

Para ingresar a la base de datos de esta oficina, los interesados deberán completar un cuestionario a efectos de acceder a los servicios anteriormente mencionados.

DeCTA - THE DEVELOPING COUNTRIES TRADE AGENCY

Es la Agencia de promoción del comercio del programa de cooperación técnica del Reino Unido, que ayuda al fomento de las importaciones especialmente destinadas al mercado británico.

Entre los diferentes servicios y actividades que ofrece esta agencia para promover las importaciones de países en vías de desarrollo, podemos destacar los siguientes:

-Posee una base de datos de importadores británicos clasificados por nombre y por rubro, servicio que brindan a los exportadores interesados en colocar sus productos en el Reino Unido.

-Editan un boletín con la oferta de distintos productos exportables entre los importadores británicos.

-Asesoran y apoyan a los empresarios y productores extranjeros que tengan interés en contactarse con importadores de ese país.

Además esta agencia organiza cursos de capacitación teórico-práctico sobre el comercio internacional que abarca toda la operatoria comercial, los que comprenden los siguientes temas de estudio:

- 1) Estudios de mercado con el objeto de suministrar el producto apropiado.
- 2) Promoción y distribución de exportaciones con el fin de vender sus productos acorde a las prácticas habituales del mercado.
- 3) Documentación de exportación y transporte internacional para un buen funcionamiento administrativo y transporte de mercaderías.
- 4) Seguro de las mercaderías a efectos de evitar los riesgos del transporte.
- 5) Financiación de las exportaciones, que abarca los métodos de pago, la financiación de la producción, la cobertura de los riesgos y el seguro de crédito.

- 6) Legislación que rige las exportaciones a efectos de realizar las contrataciones adecuadas con los compradores.
- 7) Derecho mercantil internacional, con el fin de conocer la legislación que rige las exportaciones y el transporte, los seguros, la financiación, las ventas, etc.
- 8) Contabilidad de las exportaciones a efectos de conocer las técnicas de gestión que eleven al máximo los beneficios.

Estos cursos están destinados fundamentalmente a directores y personal de ventas de exportaciones y tiene como finalidad capacitarlos con el objeto de suministrar el producto adecuado, al precio más conveniente, en el momento más oportuno.

Existen otras asociaciones en el Reino Unido que favorecen el ingreso de importaciones a ese país, tales como THE BRITISH IMPORTERS CONFEDERATION, que publica una guía de importadores británicos cada dos años y el FRUIT IMPORTERS ASSOCIATION, que ayuda a concretar negocios contactando exportadores y compradores del sector frutihortícola, distribuyendo un boletín entre los importadores de ese país sobre noticias y proveedores extranjeros.

CENTRO DE COMERCIO INTERNACIONAL -ITC UNCTAD GATT

Es el órgano central del sistema de las Naciones Unidas para la cooperación técnica con los países en desarrollo en materia de promoción del comercio.

Este organismo ayuda a:

1) Promover el comercio y el desarrollo de las exportaciones en los sectores públicos y privados consolidando las estrategias y los programas de las instituciones de promoción del comercio, cámaras de comercio y otras organizaciones empresariales; crear servicios para las exportaciones referidos a envases y embalajes, control de calidad, financiación, formulación de proyectos, determinación de costos y precios y los aspectos jurídicos del comercio exterior.

Además brinda apoyo respecto de la representación comercial nacional en el extranjero, las empresas mixtas de exportación y la promoción del comercio al servicio de las pequeñas y medianas empresas.

2) Detectar oportunidades comerciales sobre productos tradicionales y no tradicionales, aplicar estrategias de comercialización y a adaptar nuevos productos para la

exportación; mejorar la distribución física de las exportaciones e importaciones y promover las exportaciones de servicios de asesoramiento técnico.

3) Mejorar las técnicas y operaciones de exportación, desarrollar las prácticas de gestión de materiales y de compras públicas y ampliar la información sobre los mercados de importación.

4) Capacitación de funcionarios públicos, empresarios e instituciones, en lo referente a técnicas de exportación e importación, actividades de investigación y desarrollo sobre instrumentos y métodos de formación para el comercio exterior.

El CCI-ITC cuenta con un Servicio de Noticias sobre Mercados, que facilita información sobre múltiples productos, destinado fundamentalmente a colaborar con los países en vías de desarrollo.

Esta actividad está financiada por el PNUD y los Gobiernos neerlandés, sueco y suizo y actúa como fuente neutral de información sobre ciertas categorías de

productos, tales como frutas y hortalizas frescas, exóticas y de fuera de temporada, semillas de especies y especies comunes, jugos de frutas concentrados a granel y otros.

Las noticias sobre mercados se refieren a los precios corrientes, volúmenes de importaciones, las fuentes de suministro, calidad, tipo de envase y embalaje y de oferta y demanda.

Los boletines informativos se difunden con cierta frecuencia, según la categoría de los productos, pudiendo ser semanales o quincenales. Además edita boletines periódicos con resúmenes de precios mensuales y otra información comercial sobre determinadas frutas y hortalizas en los distintos mercados mayoristas y puntos de entrada en los países importadores.

El Servicio de Noticias sobre Mercados también brinda asesoramiento técnico a los exportadores suscriptos al servicio. Este asesoramiento está referido a la manipulación de productos después de la recolección, el control de calidad, envases y embalajes para la exportación, propaganda y publicidad. Este servicio no solo se presta a empresas productoras y exportadoras, sino

también a asociaciones u organizaciones nacionales de promoción del comercio.

Otro de los servicios ofrecidos es el de conectarse con posibles socios comerciales, proporcionando a los expxortadores de países en desarrollo, la información sobre empresas que deseen diversificarse o buscar nuevas fuentes de suministro de determinados productos, así como los importadores pueden solicitar información sobre otros proveedores.

El Servicio de Noticias sobre Mercados funciona mediante suscripción y los informes se facilitan por télex, fax, correo electrónico (de computadora a computadora) y correo aéreo, dependiendo de los medios de recepción y la ubicación del suscriptor.

El costo de la suscripción varia de acuerdo al método y duración de la transmisión.

AGENCIAS GUBERNAMENTALES EXTRANJERAS

ACDI - AGENCIA CANADIENSE DE DESARROLLO INTERNACIONAL

La dificultad de búsqueda de oportunidades de negocios en los países en desarrollo en comparación con los países industrializados, hizo que la ACDI estableciera la rama de cooperación de negocios, de la cual depende el CIN (Programa de Cooperación Industrial), para aumentar la eficiencia de los programas de desarrollo económico en los países no desarrollados.

La asistencia del CIN comprende todas las etapas de realización de un proyecto, desde asistencia técnica y financiera para los análisis previos, estudios de factibilidad y mecanismos de apoyo al desarrollo del proyecto.

La propuesta debe demostrar los beneficios sociales, económicos e industriales para ambos países, entre los que se considerarían para el país en desarrollo los siguientes:

- Creación o preservación de empleos.
- Ganancias en producción.
- Mejoramiento de la capacidad técnica.

- Sustitución de importaciones.
- Aumento del potencial de exportación.
- Ahorro en divisas extranjeras.

ASDI - AGENCIA SUECA PARA EL DESARROLLO INDUSTRIAL

Es la agencia central del gobierno sueco que brinda asistencia al desarrollo mediante la cooperación bilateral. Existen además fondos asignados a la cooperación del desarrollo a través de organizaciones no gubernamentales y programas especiales.

BITS - AGENCIA PARA LA COOPERACION TECNICA Y ECONOMICA INTERNACIONAL

Se trata de una agencia gubernamental sueca de cooperación técnica con ciertos países en desarrollo.

Dicha cooperación incluye estudios de factibilidad, programas de capacitación y cooperación institucional.

FMO - NETHERLANDS DEVELOPMENT FINANCE COMPANY

Es una compañía de responsabilidad limitada establecida por el gobierno holandés, conjuntamente con bancos privados holandeses que contribuye con servicios financieros a la promoción de empresas productivas en los países en vías de desarrollo para estimular el progreso económico y social.

Además de financiar proyectos en varios sectores, FMO contribuye con los gastos de promoción de inversiones (estudios de factibilidad) y en los programas de asistencia técnica.

FMO financia directamente empresas del sector privado, principalmente en la agricultura, industria manufacturera, sector agroindustrial y servicios pero no financia proyectos de infraestructura o proyectos del sector público.

SIMEST - SOCIETE ITALIANA PER LA IMPRESE MISTE ALL'ESTERO Sp

Organismo italiano que promueve entre otros objetivos la promoción de emprendimientos conjuntos, joint-ventures en el sector de la pequeña y mediana empresa.

Brinda apoyo a empresas o grupos de inversores italianos públicos y privados, especialmente PyMES.

Se consideran prioritarios los proyectos vinculados a la producción de bienes de consumo, agroindustria, empleo de materia prima, reestructuración y modernización de plantas existentes.

La SIMEST apoya a los inversores italianos en el exterior en la participación en el capital, financiamiento, cobertura de seguro y servicios de asistencia técnica-económica y financiera y organizacional para la planificación e instrumentación de joint-ventures.

También ofrece una línea de crédito dirigida a financiar bienes de capital hechos por emprendimientos conjuntos italo-argentinos, donde el beneficio alcanza al socio argentino.

COFIDES- COMPANIA ESPANOLA DE FINANCIACION DEL DESARROLLO SA

Esta compañía fue creada por el gobierno español y sometida al derecho privado. La constituye el Instituto de Comercio Exterior de España (agencia gubernamental), Corporación Bancaria de España S.A. (holding de bancos públicos) y Banco Exterior de España S.A.

COFIDES contribuye al desarrollo económico de los países en vías de desarrollo, estimulando las inversiones productivas por parte de las empresas españolas.

Ayuda en la identificación y diseño de proyectos, estrategias comerciales, búsqueda de fuentes financieras adicionales para estudios de factibilidad, asistencia técnica y de gestión y otros servicios relacionados con los proyectos.

ECIP

Promociona el establecimiento de joint-ventures entre empresas de la Comunidad Económica Europea y de países en desarrollo a través de asistencia técnica, financiera y aportes de capital.

INSTITUTOS DE COMERCIO EXTERIOR

Teniendo en cuenta que el objetivo principal de las oficinas e institutos de comercio exterior extranjeros, es el de desarrollar y fomentar las exportaciones de sus países, tales como PROCHILE (Chile), PROPARAGUAY (Paraguay), JETRO (Japón), ELICHE (Italia), PROEXPO (Colombia), BANCOMEXT (Méjico), FOCOEX (España) entre otros, que es el objetivo de la oficina a crearse, se describe a continuación el perfil y organización funcional de uno de ellos:

FOCOEX- FOMENTO DE COMERCIO EXTERIOR S.A. DE ESPAÑA

CONSTITUCION DEL CAPITAL SOCIAL

- Secretaría de Estado de Comercio 60%

- Banco de Comercio Exterior de España 24%
(integrado en su mayoría por capital público)

- Instituto Nacional de Industria 16%

ORGANIZACION

Junto a la Presidencia la organización de FOCOEX está integrada por cinco Direcciones de Operaciones y tres Direcciones de Apoyo, cuya denominación y funciones se detallan a continuación:

DIRECCION COMERCIAL (2)

dedicadas a operaciones de exportación de:

- Bienes de equipo.
- Proyectos industriales.
- Obras públicas.

DIRECCION DE PRODUCTOS

se responsabiliza en operaciones de exportación de:

- Materias primas.
- Productos semitransformados de consumo, industriales y de alimentación.
- Operaciones triangulares y de compensación.

DIRECCION DE FINANCIACION DE OPERACIONES

se encarga de:

- Diseño financiero más adecuado para operaciones de exportación.

- Gestión ante las instituciones financieras y de crédito.
- Operaciones de carácter exclusivamente financiero.

DIRECCION DE EJECUCION Y SEGUIMIENTO

se encarga de:

- Ejecución de obras y puesta en marcha de proyectos llave en mano.
- Supervisión y control de las condiciones en que se realizan los proyectos industriales exportados, desde la firma del contrato hasta la entrega del proyecto.

DIRECCION FINANCIERA

Se ocupa de la rentabilización de activos y la gestión económica de la empresa.

DIRECCION DE FILIALES Y DELEGACIONES

Es la responsable de impulsar y controlar las delegaciones en el exterior.

SECRETARIA GENERAL

Es la responsable de la planificación y desarrollo de la estructura, personal, servicios generales, representación y coordinación de la empresa, así como de la asesoría jurídica

ACTIVIDADES

Puede actuar de diversas formas:

1) Agente comercial y/ o financiero, ofreciendo los siguientes servicios:

Area Comercial

-Acceso a información especializada en áreas geográficas, países y productos.

-Servicios de gestión administrativa relacionados con el comercio exterior.

-Asistencia y asesoramiento en sus actividades de exportación.

Area Financiera

-Obtención de la financiación necesaria para llevar a cabo sus operaciones de exportación, realización de plantas llave en mano y la ejecución de proyectos mediante: créditos a la exportación, créditos oficiales, créditos comerciales y préstamos de organismos internacionales.

2) Contratista principal

FOCOEX participa directamente asumiendo todo el riesgo, firmando el contrato de exportación y adquiriendo en el mercado nacional los bienes y productos necesarios para ejecutarlo.

MODALIDADES DE ACCESO A BANCO DE DATOS

Las empresas e instituciones que disponen de mayor información son las que tienen mejores posibilidades de lograr una mejor penetración y posicionamiento de sus productos en los mercados externos.

En tal sentido, se efectuó un relevamiento de empresas prestadoras de servicios de información sobre bases de datos, a través de conexión en línea o mediante corredores de red.

Los corredores de red buscan información específica, a solicitud del interesado cobrando por el servicio que prestan el VAN (Value Added Network), teniendo acceso a la red de diferentes formas:

- Red telefónica pública.
- Red Arpac (x25 - x28)
- Red telex
- Líneas punto a punto terrestres o satelitales.

Por medio de estos corredores de red se puede acceder a información nacional e internacional referida a diversos temas y de este modo contar con la información adecuada para la toma de decisiones.

Aunque la información que ofrecen es variada, algunos se dedican a temas específicos tales como: área aduanera (actualización de las nomenclaturas arancelarias, aranceles, reintegros, notas explicativas sobre ALADI, etc); área financiera (cotizaciones de divisas, acciones, títulos públicos y cauciones bursátiles); área jurídica (leyes, decretos y resoluciones, estadísticas e indicadores económicos).

En cuanto a otros corredores de red, el menú de servicios disponible para los usuarios, en forma general, es el siguiente:

- Acceso a bases de datos del exterior.
- Calendario de ferias y exposiciones.
- Oportunidades comerciales de importación y exportación clasificadas por rubro.
- Directorio de importadores y exportadores.
- Flujos comerciales internacionales por producto y países clasificados de acuerdo a las nomenclaturas internacionales (CCCN y SITC) (UNCTAD/GATT).
- Información sobre organismos públicos y privados internacionales (UNCTAD/GATT).
- Servicio de noticias especializadas.
- Estadísticas de comercio exterior.
- Envío de correo electrónico local e internacional.

El servicio no plantea inconvenientes técnicos ni de compatibilidad con sistemas informáticos, se necesita contar con una PC, un modem y una línea telefónica.

Para el acceso a la red, el usuario se comunica directamente al host (computador central) en Buenos Aires y desde el interior del país a través de los nodos provinciales y regionales de la red ARPAC, la red nacional de transmisión de datos de Argentina (x25- x28).

Otra forma de acceso a bases de datos externas en línea es a través de las servidoras mayoristas internacionales, que agrupan bases de datos de distintos países y regiones.

Actualmente DIALOG es la servidora mayorista que agrupa la mayor cantidad de bases de datos a nivel mundial, ya que se unificó con DATA STAR, que a su vez nuclea el mayor número de bases de datos de Europa.

Debido a que estas bases de datos se dedican a temas específicos, luego de un análisis previo, se identificarán aquellas que brinden y reúnan la información adecuada que resulte de interés para el objeto de la oficina.

La información puede ser suministrada on disc u on line.

A efectos de operar con estas servidoras, es necesario realizar una suscripción que incluye un password oficial y un número de usuario y un password de práctica durante todo un año.

Brindan también cursos de capacitación básicos y avanzados que permiten estrategias de búsqueda, comandos, conocimiento de bases y suppliers y manuales de instrucciones.

Los métodos de búsqueda pueden realizarse a través de dos formas: menus y comandos. resultando el primero ideal para los que recién se inician en búsqueda on line o para bases de datos de uso poco frecuente. El método por comandos es rápido y preciso que permite ubicar la información al instante.

Se requiere como equipamiento básico para conectarse una computadora personal o terminal, un modem de velocidad adecuada, un software de comunicación y una línea telefónica.

En cuanto al costo por el servicio, debe tenerse en cuenta que las servidoras mayoristas no cobran la conexión inicial, pero si el tiempo de uso por consulta, el que varía según la base de datos con que se opere.

Se solicitó información al CCI sobre las bases de datos a las cuales tiene acceso, pero hasta el momento no se obtuvo respuesta. (Se adjunta copia del fax)

No obstante se consultó la Base de Datos de Comercio Exterior en el Estudio de la Oferta Exportable del CFI, en el que se especifica que el CCI tiene acceso a los siguientes bancos de datos: DATA STAR, DIALOG, ECHO, EURIS, GGAM, INFOLINE, IPS HARP, QUESTEL Y WHARTON ECONOMIC AND FINANTIAL INFORMATION SERVICE.

Se adjunta como anexo un listado de las bases de datos que nuclea Dialog-Data Star, y un listado de las bases de datos públicas producidas por las instituciones de la Comunidad Europea.

Además de las desventajas que afectan a los productos tradicionalmente exportables, existe una seria dificultad para incrementar las exportaciones argentinas que es la falta de conciencia exportadora.

Para ello se ha implementado una estrategia dirigida a la apertura de mercados externos a través de la Fundación Export AR, dependiente del Ministerio de Relaciones Exteriores, Comercio Internacional y Culto, integrada por representantes del sector público y entidades empresarias con el objeto de fomentar las exportaciones argentinas en general y el de brindar a las pequeñas y medianas empresas la información y el asesoramiento necesario para facilitar su participación en la actividad exportadora.

Desde la Oficina de Información al Exportador (Export AR), se brinda asesoramiento a los empresarios interesados en colocar sus productos en el exterior.

Se puede obtener información sobre oportunidades comerciales, perfiles de mercado, las normativas vigentes, tratamiento arancelario via regimenes preferenciales SGP, CAUCE, ALADI, estadísticas de comercio exterior, requisitos para el ingreso a otros países, las alternativas de

transporte, así como de la organización de misiones comerciales. participación en ferias internacionales y la posibilidad de testar la oferta local en los diferentes mercados.

Actualmente el SICC (Sistema de Información Computarizado) pasó a depender de este Ministerio, aunque toda la información sobre estudios de mercados, estadísticas de comercio exterior anteriores pueden ser solicitados en la Subsecretaría de Comercio Exterior.

Además del rol que esta desempeñando el Ministerio de Relaciones Exteriores en lo que respecta al fomento de las exportaciones argentinas, es alentador destacar los logros alcanzados por la Aduana, realizando un excelente trabajo con la puesta en marcha de la ventanilla única -Sistema María, que permitirá informatizar su operatoria agilizando todo el sistema de registro y tramitación.

En este sentido otro logro de suma importancia es la creación del CIP (Centro de Información PyMES), que se realizó mediante un convenio entre el INTI, la Subsecretaría de Industria y los gobiernos de las provincias, abriendo una ventanilla de información para el asesoramiento de las pequeñas y medianas empresas localizadas en cada provincia, las que estarán conectadas entre si.

La inscripción en el RIN (Registro Industrial de la Nación) es obligatoria para todos los industriales, obligación que no es extensiva a los empresarios, aunque si estos últimos quieren acceder a la base de datos deben inscribirse en el directorio de empresas.

La base de datos contiene información sobre cámaras y entidades empresariales; trámites, servicios y publicaciones que se realizan en el ámbito de la administración pública nacional, normas técnicas, líneas de crédito y préstamos que negocia la Subsecretaria de la Pequeña y Mediana Empresa, sus plazos de presentación, condiciones y las entidades bancarias que operan. Además contiene información sobre entidades PyMES internacionales, trabajos técnicos y científicos sobre un producto o una rama industrial elaborados por organismos públicos.

OFICINAS DE PROMOCION DE LAS IMPORTACIONES RELEVADAS PARA
ESTE INFORME.

JETRO

2-5 Toranomom 2-CHOME
MINATO- KU
TOKIO 105- JAPON
TE. (03) 582-5522

CBI

PO BOX 30009
3001 DA ROTTERDAM
HOLANDA
TE. (010) 201 3434
FAX (010) 411 4081

TFOC

SUITE 1012, 400 CUMBERLAND ST.
OTTAWA, ONTARIO K1N 8x3- CANADA
FAX: (613) 233 7860

SWEDECORP

PO BOX 3144
LUNTMAKARGATAN 46
S-103 62 STOCKHOLM
SUECIA
TE: 08 677 6600
FAX: 08 24 9290

OSEC

AV. DE L'AVANT- POSTE 4

CASE POSTALE 1128

1001 LAUSANNE

SUIZA

TE.: 41 21 20 32 31

FAX: 41 21 20 73 37

FINIPO

ARKADIANKATU 2

PO BOX 908

SF- 00101 HELSINKI

FINLANDIA

TE.; 358-0-69591

FAX: 358-0-685- 1037

NORIMPOD

PO BOX 8034 DEP. N -0030

OSLO 1, NORUEGA

TE. : 47-2 31 4400

FAX: 47-2 31 4403

BFAI

AGRIPPASTR. 87-93

50676 KÖLN

REP. FEDERAL DE ALEMANIA

TE.: 49 221 20570

FAX: 49 221 2057 212 275

DECTA

BANK HOUSE

SUTTON COURT ROAD

SUTTON SURREY SM 1- 4 SP

LONDRES- REINO UNIDO

TE.: 81 643 3311

FAX: 81 643 8080

CCI

54, RUE DE MONTBRILLIANT

PALAIS DES NATIONS

1211, GINEBRA 10

FAX: 41 22 733 4439

AMPLIACION DE IDENTIFICACION DE ESTRATEGIAS PRODUCTIVAS Y COMERCIALES

Como ya se ha señalado en el Informe Parcial, existen marcadas falencias de estrategias, lo cual dificulta la comercialización.

La falta de acción cooperativa impide la participación de las PyMES en la etapa de comercialización, donde se genera la mayor rentabilidad.

La ausencia generalizada de tecnología, es otra de las falencias que podemos mencionar, ya que esta permitiría transformar las actividades agrícolas casi artesanales en verdaderos emprendimientos empresariales, con escalas que permitirían lograr costos internacionales.

La aplicación de tecnología permitiría mejorar el manejo de la cosecha y post cosecha, como así también la incorporación de cadenas de frío, biotecnología, irrigación por goteo o aspersión y otros aspectos tecnológicos formarían parte de la estructura necesaria para acceder al comercio internacional.

Por lo expuesto se desprende que el comercio internacional está limitado a empresas altamente estructuradas, con volúmenes y costos adecuados, lo cual indicaría que el único camino de las PyMES para acceder a estos mercados son las instancias cooperativistas, ya que los esfuerzos individuales resultarían estériles ante las nuevas reglas de juego que impone el mercado internacional.

Es importante destacar que la tendencia de los mercados es hacia lo natural, sano, fácil y rápido. Esto ha tenido una gran influencia en el incremento de la demanda de productos frescos.

En los países desarrollados el cuidado del cuerpo y la salud, lleva a crear hábitos alimentarios con tendencia a los productos desprovistos de sustancias químicas, conservantes, aditivos, hormonas, etc.; hábito que también incluye el consumo de alimentos de bajo tenor graso y azúcares. Estas tendencias deben ser tenidas en cuenta por parte de los productores y exportadores.

Existen diversas modalidades de venta en el mercado frutihortícola para productos frescos; el conocimiento de las mismas puede en la mayoría de los casos definir el

éxito de la operación comercial, ya que los receptores de los productos tratan con estos requerimientos de reducir sus riesgos transfiriéndolos a los productores o exportadores.

Estas exigencias por lo general, están referidas a la calidad técnica (aspecto, calibre, coloración, etc.), calidad gustativa (grado de acidez, azúcar, etc.) y a envases y embalaje.

En materia de transportes, podemos decir que es una de las dificultades más relevantes en cuanto a la comercialización de los productos provinciales, debido a la distancia existente con los centros de consumo.

Si bien en la Argentina, y dada su enorme extensión, se desarrolló toda la gama de transportes: terrestre (carretero y ferroviario), marítimo, fluvial, aéreo, multimodal, etc.; actualmente con el proceso de reestructuración llevado a cabo por el gobierno nacional, algunos de estos medios se ven afectados en su funcionamiento, como es el caso del transporte ferroviario, lo cual influye enormemente en San Juan, ya que la producción provincial debe canalizarse por vía carretera o aérea, con marcada incidencia en los costos del productor.

Se han seleccionado algunos cuadros, extractados del Estudio de la Oferta Exportable, con el objeto de describir las principales características del transporte marítimo internacional, tanto para la vía Atlántica como Pacífica en cuanto a tipo de bodega y contenedor que se utilizan, destino, frecuencia y costo del flete para los productos tradicionalmente exportables. Además se adjuntan cuadros extraídos del mismo trabajo, referidos a transporte terrestre, desde la provincia a distintos puntos estratégicos, tales como Puerto de Bs. As., Aeropuerto de Ezeiza, Brasil, Paraguay, Chile, Uruguay y Bolivia.

**ALGUNOS CULTIVOS NO TRADICIONALES ADAPTABLES A LAS
CONDICIONES CLIMATICAS DE LA PROVINCIA.**

Especies Aromáticas:

Sin lugar a dudas el cultivo de especies aromáticas espontáneas, presenta ventajas comparativas a tener en cuenta respecto a otros cultivos tradicionales. La gran adaptación que presentan estas especies hacen que este recurso pueda ser fácilmente difundido y cultivado en la provincia.

A continuación se mencionan características y datos nacionales de producción y comercialización de algunos de ellos (*):

OREGANO: Es un cultivo de buena rentabilidad, no perecedero, el cual se puede comercializar en verde o seco.

La multiplicación del Orégano se puede realizar por semilla o multiplicación de matas.

El momento adecuado para la cosecha es durante la floración. El proceso de industrialización es el siguiente: corte, lavado, secado, despalillado y fraccionado.

Se exportan aproximadamente 90.000 Kg. anuales a U\$S 2,30 por Kg. Se importan 200.000 Kg. aproximadamente a un costo de U\$S 1,20 por Kg.

MENTAS: Son plantas herbáceas que pertenecen a la familia de lábidas, originaria de Europa. Los usos industriales son: cosméticos, dentífricos, caramelos, bebidas y para aromatizar los cigarrillos.

PISTACHO: Es un producto que se adapta perfectamente a las condiciones climáticas de la provincia.

Es un arbusto originario de Medio Oriente, comienza a producir a los 4 años, logrando su máxima producción (3 a 5 Kg.) a los 7 años.

Argentina es importador de este producto principalmente desde los EEUU, pero dado que alentados por la promoción agrícola se están desarrollando proyectos en la provincia, esto permitiría revertir en parte la situación.

El volúmen importado es de 4.000Kg anuales aproximadamente, a un precio promedio de U\$S 5,5 por Kg. Un mercado interesante para este producto es Australia, donde se importan más de 500.000 Kg. anuales.

TARIFA DE FLETE INTERNACIONAL
- VIA ATLANTICO -

PRODUCTO	TIPO DE CONTENEDOR QUE SE UTILIZA O BODEGA MARITIMA Contenedor: CTNR (20 pies) Bodega : Boga.	DESTINO	SALIDA: Atlántico PUERTO: Bs. As. COSTO FLETE EN: DK o U\$S DK = 0,64 U\$S	TOTAL COSTO FLETE U\$S	FRECUENCIAS Aproximadas SALIDAS Mínimas
VINOS	CTNR: Carga seca ó a granel	Alemania	DK 225 x tn. + 19,801 Bunker.	3.105,21	2 buques mensuales
		EE.UU: Costa Oeste	129 U\$S x tn. + 20,50 X Bunker + 115 U\$S de Rental de CTNR.	2.859,45	2 buques mensuales
		EE.UU: Costa Este	2.150 U\$S + 22,50 X de Bunker + 124,50 U\$S de Rental de CTNR	2.725,00	2 buques mensuales
		Canadá	2.418,50 U\$S + 20 X de Bunker + 115 U\$S de Rental de CTNR.	3.017,00	2 buques mensuales
		Japón	167 U\$S x tn/3+20,50 X Bunker + 204 U\$S de Rental de CTNR.	3.826,25	2 buques mensuales
		Singapur	162 U\$S x tn/3+20,50 X Bunker + 204 U\$S de Rental de CTNR.	3.717,78	2 buques mensuales
MOSTO DE	CTNR: Cisterna ó Flexitank.	Colombia	150 U\$S x tn. + 19,60 X Bunker + 154 U\$S de Rental de CTNR.	2.600,00	2 buques mensuales
UYA		EE.UU: Costa Oeste	152 U\$S x tn. + 20,50 X Bunker + 115 U\$S de Rental de CTNR.	3.200,00	2 buques mensuales
		EE.UU: Costa Este	2.250 U\$S + 19 X de Bunker + 124 U\$S de Rental de CTNR.	2.801,50	2 buques mensuales

FUENTE: ESTUDIO DE LA OFERTA EXPORTABLE-CFI-SAN JUAN-SAN LUIS-
LA RIOJA

TARIFA DE FLETE INTERNACIONAL
- VIA ATLANTICO -

PRODUCTO	TIPO DE CONTEDEDOR QUE SE UTILIZA O BODEGA MARITIMA Contenedor: CTNR (20 pies) Bodega : Boga.	DESTINO	SALIDA: Atlántico PUERTO: Bs. As. COSTO FLETE EN: DM o U\$S 1 DM = 0,64 U\$S	TOTAL COSTO FLETE U\$S	FRECUENCIAS Aproximadas SALIDAS Mínimas
AROMATICAS	CTNR: Ventilado ó de carga seca ó a granel.	Italia	2.100 U\$S + 15 % de Bunker + 111 U\$S de Rental de CTNR.	2.526,00	2 buques mensuales
TALCO	CTNR: Carga seca ó a granel	Canadá	185 U\$S x tn. + 20 % de Bunker + 115 U\$S de Rental de CTNR.	3.223,00	2 buques mensuales
ARTESANIAS DE ONIX	CTNR: Carga seca	Taiwan	195 U\$S x tn. + 19,25 % Bunker + 204 U\$S de Rental de CTNR.	4.408,98	2 buques mensuales
MARMOL Y GRANITO	CTNR: Descubierta o bodega para uso de cabos medios May que paletizar.	Alesania	DM 230 X TN + 19,80 % Bunker.	3.174,22	2 buques mensuales
		EE.UU: Costa Oeste	2.100 U\$S + 22,50 % de Bunker + 115 U\$S de Rental de CTNR.	2.797,00	2 buques mensuales
		EE.UU: Costa Este	1900 U\$S + 22,50 % de Bunker + 124 U\$S de Rental de CTNR.	2.452,00	2 buques mensuales
		Japón	187 U\$S x tn. + 19,25 % Bunker + 204 U\$S de Rental de CTNR.	4.217,95	2 buques mensuales
		Singapur	185 U\$S x tn. + 19,25 % Bunker + 204 U\$S de Rental de CTNR.	4.175,02	2 buques mensuales

FUENTE: ESTUDIO DE LA OFERTA EXPORTABLE-CFI- SAN JUAN-SAN LUIS-
LA RIOJA

TARIFA MARITIMA INTERNACIONAL
- VIA ATLANTICO -

PRODUCTO	TIPO DE CONTENEDOR QUE SE UTILIZA O BODEGA MARITIMA Contenedor:CTHR (20 pies) Bodega : Bdga.	DESTINO	SALIDA: Atlántico PUERTO: Bs. As. COSTO FLETE EN: DM o U\$S 1 DM = 0,64 U\$S	TOTAL COSTO FLETE U\$S	FRECUENCIAS Aproximadas SALIDAS Mínimas
ACEITE DE OLIVA	CTHR: Cisterna	Alemania	DM 420 x tn. + 19,80% Bunker.	4.140,28	2 buques mensuales
		EE.UU: Costa Oeste	2.550 U\$S + 22,50 % de Bunker + 115 U\$S de Rental de CTHR.	3.328,00	2 buques mensuales
		EE.UU: Costa Este	2.200 U\$S + 22,50 % de Bunker + 124,50 U\$S de Rental de CTHR.	2.819,00	2 buques mensuales
		Canadá	2.690,50 U\$S + 20 % de Bunker + 115 U\$S de Rental de CTHR.	3.680,00	2 buques mensuales
		Japón	205 U\$S x tn. + 20,50 % Bunker. + 204 U\$S de Rental de CTHR.	4.650,45	2 buques mensuales
		Suecia	DM 270 x tn. + 19,80 % Bunker	4.400,00	2 buques mensuales
UVA EN FRESCO	CTHR: Reefer/Térmico ó Refrigerado.	Génova (Italia)	All in (todo incluido) U\$S 2.750	2.750,00	2 buques mensuales
		Hamburgo (Alemania)	All in (Todo incluido) U\$S 2.900	2.900,00	2 buques mensuales
		Rotterdam (Holanda)	All in (Todo incluido) U\$S 2.800	2.800,00	2 buques mensuales

FUENTE: ESTUDIO DE LA OFERTA EXPORTABLE-CFI-SAN JUAN-SAN LUIS
LA RIOJA.

TARIFA DE FLETE MARITIMA INTERNACIONAL
-VIA ATLANTICO -

PRODUCTO	TIPO DE CONTENEDOR QUE SE UTILIZA O BODEGA MARITIMA Contenedor: CTNR (20 pies) Bodega : Boga.	DESTINO	SALIDA: Atlántico PUERTO: Bs. As. COSTO FLETE EN: DM o U\$S 1 DM = 0,64 U\$S	TOTAL COSTO FLETE U\$S	FRECUENCIAS Aproximadas SALIDAS Minimas
AJO	CTNR: Refrigerado o ventilado	Alemania Inglaterra	DM 250 x tn. + 19,80% Bunker. DM 283 x tn. + 19,80% Bunker.	3.450,24 3.915,67	2 buques mensuales 2 buques mensuales
JOJOBA	CTNR: Carga general, a fin de reducir costos en la manipula- ción.	Japón	187 U\$S x tn. o #3. + 26,50% de Bunker + 204 U\$S de Rental de CTNR.	4.256,90	2 buques mensuales
ACEITUNAS	CTNR: Carga general.	Alemania	DM 320 x tn. + 19,80% Bunker.	3.825,64	2 buques mensuales
		EE.UU: Costa Oeste	2.428 U\$S + 22,50 % de Bunker + 115 U\$S de Rental de CTNR.	3.089,30	2 buques mensuales
		EE.UU: Costa Este	117 U\$S x tn. + 22,50% Bunker + 124,50 U\$S de Rental de CTNR	2.704,35	2 buques mensuales
		Canadá	2.590,50 U\$S + 20 % de Bunker + 115 U\$S de Rental de CTNR.	3.224,60	2 buques mensuales
PASAS DE UVA	Contenedor para carga seca.	Alemania	DM 260 x tn. + 19,80% Bunker.	3.380,00	2 buques mensuales
		España	2.309 U\$S + 15 % de Bunker + 111 U\$S de Rental de CTNR.	2.766,35	2 buques mensuales
		Singapur	182,50 U\$S x tn. o #3. + 26,50% de Bunker + 204 U\$S de Rental de CTNR.	4.359,00	2 buques mensuales

FUENTE: ESTUDIO DE LA OFERTA EXPORTABLE -CFI- SAN JUAN-SAN LUIS- LA RIO-
JA.

TARIFA DE FLETE MARITIMO INTERNACIONAL
- VIA PACIFICO -

PRODUCTO	TIPO DE CONTEDEDOR QUE SE UTILIZA O BODEGA MARITIMA Contenedor: CTNR (20 pies) Bodega : Boga.	DESTINO	SALIDA: Pacifico PUERTO: Valparaiso COSTO FLETE EN: DM o U\$S 1 DM = 0,64 U\$S	TOTAL COSTO FLETE U\$S	FRECUENCIAS Aproximadas SALIDAS Kilomas
UVA EN FRESCO	CTNR: Reeper/térmico ó Refri- gerado	Génova (Italia) Hamburgo (Alemania) Rotterdam (Holanda)	Por ahora, no existen posibili- dades de ingreso en tránsito por Chile.	-----	-----
VINOS	CTNR: Carga seca ó a granel	Alemania EE.UU: Costa Oeste EE.UU: Costa Este Canadá Japón Singapur	146 U\$S x tn + 160 U\$S de Rental de CTNR + 8 I caf All in (Todo Incluido) U\$S 2.600; All in (Todo Incluido) U\$S 2.850; All in (Todo Incluido) U\$S 3.010; All in (Todo Incluido) U\$S 3.900; All in (Todo Incluido) U\$S 3.800;	3.250,00 2.600,00 2.850,00 3.010,00 3.900,00 3.800,00	2 ó + buques mensuales 2 ó + buques mensuales
MOSTO DE UVA	CTNR: Cisterna o flexitank	Coloebia EE.UU: Costa Oeste EE.UU: Costa Este	All in (Todo Incluido) U\$S 2.200; All in (Todo Incluido) U\$S 2.400; All in (Todo Incluido) U\$S 2.800;	2.200,00 2.400,00 2.800,00	2 buques mensuales 2 buques mensuales 2 buques mensuales
AROMATICAS	CTNR: Ventilado o de carga seca ó a granel.	Italia	All in (Todo Incluido) U\$S 3.100;	3.100,00	2 ó + buques mensuales

FUENTE: ESTUDIO DE LA OFERTA EXPORTABLE-CFI- SAN JUAN - SAN LUIS
LA RIOJA

TARIFA DE FLETE MARITIMO INTERNACIONAL
- VIA PACIFICO -

PRODUCTO	TIPO DE CONTENEDOR QUE SE UTILIZA O BODEGA MARITIMA Contenedor:CTNR (20 pies) Bodega : Boga.	DESTINO	SALIDA: Pacifico PUERTO: Valparaiso COSTO FLETE EN: DM o U\$S 1 DM = 0,64 U\$S	TOTAL COSTO FLETE U\$S	FRECUENCIAS Aproximadas SALIDAS Minimas
TALCO	CTNR: Carga seca o a granel.	Canada	All in (Todo Incluido) U\$S 3.200	3.200,00	2 buques mensuales
ARTESANIAS DE DNIX	CTNR: Carga seca o a granel.	Taiwan	All in (Todo Incluido) U\$S 4.000	4.000,00	2 buques mensuales
MARMOL Y GRANITO	CTNR: Descubierta o bodega para uso de ambos medios. Hay que palletizar.	EE.UU: Costa Oeste EE.UU: Costa Este Japon Singapur Alemania	All in (Todo Incluido) U\$S 2.400 All in (Todo Incluido) U\$S 2.700 All in (Todo Incluido) U\$S 4.000 All in (Todo Incluido) U\$S 3.750 All in (Todo Incluido) U\$S 3.300	2.400,00 2.700,00 4.000,00 3.750,00 3.300,00	2 buques mensuales 2 buques mensuales 2 buques mensuales 2 buques mensuales 2 buques mensuales

FUENTE: ESTUDIO DE LA OFERTA EXPORTABLE-CFI- SAN JUAN- SAN LUIS-

LA RIOJA

TARIFA DE FLETE INTERNACIONAL
-VIA PACIFICO -

PRODUCTO	TIPO DE CONTENEDOR QUE SE UTILIZA O BODEGA MARITIMA Contenedor:CTNR (20 pies) Bodega : Bdga.	DESTINO	SALIDA: Pacifico PUERTO: Valparaíso COSTO FLETE EN: DM o U\$S 1 DM = 0,64 U\$S	TOTAL COSTO FLETE U\$S	FRECUENCIAS Aproximadas SALIDAS Minimas
AJO	CTNR: Refrigerado ó Ventilado	Alemania Inglaterra	Por ahora, no existen posibilidades de ingresar en tránsito por Chile.	-----	-----
JOJORA	CTNR: Carga general a fin de dism.costos en la manipulación	Japón	All in (Todo Incluido) U\$S 3.900	3.900,00	2 buques mensuales
		Alemania	All in (Todo Incluido) U\$S 4.700	4.750,00	2 buques mensuales
ACEITUNAS	CTNR: Carga general	EE.UU: Costa Oeste	All in (Todo Incluido) U\$S 2.875	2.875,00	2 buques mensuales
		EE.UU: Costa Este	All in (Todo Incluido) U\$S 3.200	3.200,00	2 buques mensuales
		Canadá	All in (Todo Incluido) U\$S 3.400	3.700,00	2 buques mensuales
PASAS DE UVA	CTNR: Carga general	Alemania España Singapur	Por ahora, no existen posibilidades de ingresar en tránsito por Chile.	-----	-----
ACEITE DE OLIVA	CTNR: Cisterna	Alemania	All in (Todo Incluido) U\$S 4.700	4.700,00	2 buques mensuales
		EE.UU: Costa Oeste	All in (Todo Incluido) U\$S 2.781	2.781,00	2 buques mensuales
		EE.UU: Costa Este	All in (Todo Incluido) U\$S 3.200	3.200,00	2 buques mensuales
		Canadá	All in (Todo Incluido) U\$S 3.600	3.600,00	2 buques mensuales
		Japón	All in (Todo Incluido) U\$S 4.050	4.050,00	2 buques mensuales
		Suecia	All in (Todo Incluido) U\$S 4.700	4.700,00	2 buques mensuales

FUENTE: ESTUDIO DE LA OFERTA EXPORTABLE-CFI- SAN JUAN- SAN LUIS-
LA RIOJA

TARIFA FLETE TERRESTRE INTERNO
HASTA PUERTO DE BUENOS AIRES
AEROPUERTO DE EZEIZA

LUGAR DE PARTIDA A	DESTINO PUERTO BUENOS AIRES O EZEIZA B	PRODUCTOS	TIPO DE MOVILIDAD CAMION	COSTO FLETE CAMION DESDE (A) - HASTA (B) U\$S	COSTO FLETE CTNR TRANSITO R-A-B
San Juan La Rioja San Luis	Puerto de Buenos Aires	Uva en Fresco	Equipo térmico frigorífico, con capacidad 23 tns= 55 m3.	1.150,00 a 1.300,00	Contenedor Rifer 1.600,00
San Juan La Rioja San Luis	Ezeiza	Uva en Fresco	Equipo térmico frigorífico, con capacidad 23 tns= 55 m3.	1.150,00 a 1.300,00	
San Juan La Rioja San Luis	Puerto de Buenos Aires	Hostó	Equipo con capacidad 23 tns= 55 m3.	900,00 a 1.100,00	Contenedor Cisterna 1.400,00
San Juan La Rioja San Luis	Puerto de Buenos Aires	Mármol	Equipo con capacidad 23 tns= 55 m3.	800,00 a 1.000,00	
San Juan La Rioja San Luis	Puerto de Buenos Aires	Granito	Equipo con capacidad 23 tns= 55 m3.	800,00 a 1.000,00	
San Juan La Rioja San Luis	Puerto de Buenos Aires	Artesanías	Equipo con capacidad 23 tns= 55 m3.	900,00 a 1.000,00	
San Juan La Rioja San Luis	Puerto de Buenos Aires	Muebles de Madera y de metal	Equipo con capacidad 23 tns= 55 m3.	900,00 a 1.000,00	
San Juan La Rioja San Luis	Puerto de Buenos Aires	Talco	Equipo con capacidad 23 tns= 55 m3.	800,00 a 1.000,00	
San Juan La Rioja San Luis	Puerto de Buenos Aires	Zapatillas	Equipo con capacidad 23 tns= 55 m3.	800,00 a 1.000,00	
San Juan La Rioja San Luis	Puerto de Buenos Aires	Arosáticas	Sesi con capacidad de 23 tns. a 27 tns = 50 m3.	800,00 a 1.000,00	

REPUBLICA ARGENTINA - MINISTERIO DE ECONOMIA Y FINANZAS - DIRECCION NACIONAL DE COMERCIO EXTERNO

LA RIOJA

TARIFA FLETE TERRESTRE INTERNACIONAL
BRASIL

LUGAR DE ORIGEN O PARTIDA	PRODUCTOS	TIPO DE MOVILIDAD CANION	DESTINO	
			SAD PABLO	RIO DE JANEIRO
San Juan La Rioja San Luis	Ajo	Semi con capacidad de 23 tns= 55 m3.	2.700,00	3.400,00
San Juan La Rioja San Luis	Aceitunas	Semi con capacidad de 23 tns= 55 m3.	2.700,00	3.400,00
San Juan La Rioja San Luis	Aceite de Oliva	Semi con capacidad de 23 tns= 55 m3.	2.700,00	3.400,00
San Juan La Rioja San Luis	Vinos	Semi con capacidad de 23 tns= 55 m3.	2.700,00	3.400,00
San Juan La Rioja San Luis	Pasas de Uva	Semi con capacidad de 23 tns= 55 m3.	2.700,00	3.400,00
San Juan La Rioja San Luis	Uva en Fresco	Equipo térmico frigorífico, con capacidad 23 tns= 55 m3.	2.850,00	3.850,00
San Juan La Rioja San Luis	Muebles de Madera	Semi con capacidad de 23 tns= 55 m3.	2.700,00	3.400,00

FUENTE: ESTUDIO DE LA OFERTA EXPORTABLE-CFI-SAN JUAN- SAN LUIS- LA RIOJA.

TARIFA FLETE TERRESTRE INTERNO
HASTA PUERTO DE BUENOS AIRES
AEROPUERTO DE EZEIZA

LUGAR DE PARTIDA A	DESTINO PUERTO BUENOS AIRES O EZEIZA B	PRODUCTOS	TIPO DE MOVILIDAD CAMION	COSTO FLETE CAMION DESDE (A) - HASTA (B) US\$	COSTO FLETE CTNR TRANSITO B-A-B
San Juan La Rioja San Luis	Puerto de Buenos Aires	Ajo	Equipo con capacidad	945,00	1.400,00
			27 tns. a 30 tns.	a	a
			entre 55 m3. a 60 m3.	1.100,00	1.600,00
San Juan La Rioja San Luis	Ezeiza	Espárragos	Equipo térmico frigo-	1.150,00	
			rífico, con capacidad	a	
			23 tns= 55 m3.	1.300,00	
San Juan La Rioja San Luis	Puerto de Buenos Aires	Jojoba	Equipo con capacidad	1.050,00	
			27 tns. a 30 tns.	a	
			entre 55 m3. a 60 m3.	1.200,00	
San Juan La Rioja San Luis	Puerto de Buenos Aires	Aceitunas en Conservas	Equipo con capacidad	1.100,00	1.400,00
			27 tns. a 30 tns.	a	a
			entre 55 m3. a 60 m3.	1.200,00	1.600,00
San Juan La Rioja San Luis	Puerto de Buenos Aires	Acríte de Oliva	Equipo con capacidad	1.100,00	Contenedor
			27 tns. a 30 tns.	a	Cisterna
			entre 55 m3. a 60 m3.	1.200,00	1.400,00
San Juan La Rioja San Luis	Puerto de Buenos Aires	Vinos	Equipo con capacidad	1.000,00	1.400,00
			27 tns. a 30 tns.	a	a
			entre 55 m3. a 60 m3.	1.200,00	1.600,00
San Juan La Rioja San Luis	Puerto de Buenos Aires	Pasas de Uva	Seal con capacidad	900,00	1.400,00
			de 23 tns. a 27 tns	a	a
			= 50 m3.	1.100,00	1.600,00

FUENTE: ESTUDIO DE LA OFERTA EXPORTABLE-CFI- SAN JUAN - SAN LUIS
LA RIOJA

TARIFA FLETE TERRESTRE INTERNACIONAL
PARAGUAY-CHILE-URUGUAY-BOLIVIA

LUGAR DE ORIGEN O PARTIDA	PRODUCTOS	TIPO DE MOVILIDAD CAMION	D E S T I N O			
			PARAGUAY ASUNCION	CHILE SANTIAGO	URUGUAY URUGUAYANA	BOLIVIA (SANTA CRUZ DE LA SIERRA)
San Juan	Muebles de Madera y Metal	Equipo con capacidad de 30 tns= 60 m3.	1.800,00		1.300,00	1.600,00
La Rioja			a	1.000,00	a	a
San Luis			2.000,00		1.500,00	1.800,00
San Juan	Zapatillas	Equipo con capacidad de 30 tns= 60 m3.	1.800,00			1.700,00
La Rioja			a	950,00	1.200,00	a
San Luis			2.000,00			1.900,00
San Juan	Mármol	Equipo con capacidad de 30 tns= 60 m3.	2.000,00	1.100,00		
La Rioja			a	a	1.100,00	1.900,00
San Luis			2.200,00	1.300,00		
San Juan	Ajo	Equipo con capacidad de 27 tns. a 30 tns.	1.800,00		1.200,00	
La Rioja			a	-----	a	1600
San Luis		55 m3. a 60 m3.	2.000,00		1.300,00	
San Juan	Aceitunas	Equipo con capacidad de 27 tns. a 30 tns.	1.800,00	1.000,00	1.250,00	1.900,00
La Rioja			a	a	a	a
San Luis		55 m3. a 60 m3.	2.000,00	1.300,00	1.450,00	2.000,00
San Juan	Vinos	Equipo con capacidad de 27 tns. a 30 tns.	1.950,00	En tránsito		
La Rioja			a	1.100,00	1.300,00	2.000,00
San Luis		55 m3. a 60 m3.	2.200,00	1.200,00		
San Juan	Uva en Fresco	Equipo térmico frigorífico, con capacidad de 23 tns= 55 m3.	2.100,00		1.300,00	
La Rioja			a	-----	a	1.800,00
San Luis			2.300,00		1.400,00	
San Juan	Mosto	Equipo con capacidad de 30 tns= 60 m3.		En tránsito		1.950,00
La Rioja			2.000,00	950,00	1.400,00	a
San Luis				1.100,00		2.000,00

FUENTE: ESTUDIO DE LA OFERTA EXPORTABLE-CFI- SAN JUAN-SAN LUIS-
LA RIOJA

Data-Star Unique Databases as of March 1993

◆ = All or partial records in one or more foreign languages
(ML) = Multilingual

Label	File Name	File Description
DIRECTORIES		
ABCE	ABC German Buyers Guide	Directory information for 80,000 German companies
AVVC	Austrian Companies	Directory information for 34,000 Austrian companies
BDIE	BDI German Industry	Directory information for 20,000 German export companies
BECO	Belgian Companies	Directory information plus financial for 200,000 Belgian companies
BNLU◆	Hoppenstedt Benelux	Directory information for 80,000 companies in the Netherlands, Belgium and Luxembourg (ML)
DDRC◆	East German Companies	Directory information plus financial information on 2000 companies in New Federal States (ML)
DNEE	D&B Eastern Europe	D&B information for 20,000 companies in Poland, Hungary, Czechoslovakia
DVVC◆	Creditreform	Directory information for 590,00 German companies (Ger)
EIX1	German Buyers Guide	Basic directory information on 57,000 German companies
ECCO◆	EcoRegister	German company registration information published by the Ministry of Justice (Ger)
ECNE◆	EcoNovo	German company registration changes information published by the Ministry of Justice (Ger)
EURE	ABC Europe	Detailed information on over 150,000 European companies and over 10,000 US companies
FRCO	French Companies	General information for 90% of all registered French companies (1,370,000)
FRIE	Firmimport/Export	Detailed information on import/export activities for 37,000 French companies
HOAU◆	Hoppenstedt Austria	Profiles and general information on 4500 Austrian companies (Ger)
HOEA◆	Hoppenstedt East	Profiles and general information for over 13,000 companies in New Federal States (Ger)
KSVA◆	Kreditschutzverband	General and financial information on over 116,000 Austrian companies (Ger)
MRAE	Measurement & Control Buyers Guide	Information about measurement and control devices of 2800 companies in Germany, Austria, and Switzerland
SDOE◆/ ITIE	Sistema ditte operanti con l'estero	Complete register of Italian companies trading abroad Italian Trading (Ital) same as above in English
SWCO	D&B Swiss Companies	D&B general information on 145,000 Swiss companies
UKIM	UK Importers	General information on 440,000 UK importers. Classified by British product codes
VDME	Who Makes Machinery?	General information on 6200 German manufacturers of mechanical engineering products
WLWE	Who Supplies What?	General information for 100,000 German companies and their products
WGZW◆	wer gehort zu wem	Ownership information on 12,000 German companies (Ger)
ZVEE	Electro/Electronic Buyers Guide	Information on 2300 German manufacturers of electrical and electronic products
COMPANY FINANCIALS		
COIN	German Company Database	Balance sheet, P/L ratios for 8000 German companies
DKBE	Key British Enterprises Financial Performance	D&B three year financials for the top 50,000 British companies
ITFF	Italian Financials	Basic financials for 4000 Italian companies
FREF	French Financials	Balance sheet, P/L ratios for 100,000 French companies

The DIALOG/DATA-STAR Partnership

Data-Star Unique Databases *continued*

◆ = All or partial records in one or more foreign languages
(ML) = Multilingual

Label	File Name	File Description
GENERAL BUSINESS		
SWFF	Swiss Financials	D&B balance sheet, P/L ratios for the 12,000 largest Swiss companies
ADVE◆	Advertise Business Opportunities	Mainly European business advertisements for small and medium-sized companies
ATSA◆	Swiss News Agency	Fulltext Swiss newswire (FR)
SDAA◆	Swiss News Agency	Fulltext Swiss newswire (Ger)
AGZA◆	Swiss News Agency	Fulltext Swiss newswire (Ital)
BUSI	Business Opportunities	Worldwide electronic business opportunities advertising service
CISS	Computer Software	Fulltext of three leading Blackwell Scientific Computer publications
CNEW	European Chemical News	Fulltext version of Europe's leading chemical weekly
DFET◆	De Finacieel Economische Tijd	Fulltext of Belgian Financial Daily (Flem)
DRTE	EC and Eastern European Business	Detailed coverage of EC proposals, laws, and policy. In-depth Eastern European business
EECM	Eastern European Chemical Monitor	Detailed coverage of Eastern European business information for the chemical industry
FAKT◆	German Statistical Information	85% tabular information on market, economic trends, business. 70% devoted to Germany
FITT◆	German Business Press Abstracts	German business news abstracts from leading German papers (Ger)
FSRI	Country Report Service	Political, economic reports from Political Risk Services for 90 countries
ISIS◆	ISIS Software	Computer hardware and software descriptions for applications available in Germany, Austria, Switzerland (Ger)
JAPI◆	Japanese Technical Information	English abstracts of high level scientific and technical Japanese literature
JPNW	Japan News Wire	English language daily-Japanese business and technical news
MIND◆	Managementinfo Wirtschaft	Banking, finance, business management, economic abstracts. Emphasis Germany, Switzerland, Austria (Ger)
MNDO◆	Mondo Economico L'Impresa	Fulltext of two leading Italian business journals (Ital)
SCAN	Scan-a-Bid Business Opportunities	Int'l procurement notices for 3rd World development projects funded by the World Bank
SGBD◆	Generale de Banque	Banking, monetary system, banking legislation for Belgium and European Community (ML)
SOLE◆	Il Sole 24 Ore	Fulltext of leading Italian business daily (Ital)
SVBI◆	SVB Infocall Banking	Swiss Volksbank database on banking and finance. International coverage (Ger)
SVNW	Soviet News	Compilation of <i>Soviet Press Digest</i> , <i>Soviet Economic Press Report</i> , <i>SovLegisLine</i> (daily)
TRADSTAT	Import/Export Trade Statistics	Comprehensive source for int'l official government import/export statistics
TURI	Turing Institute Artificial Intelligence Abstracts	Abstracts of research applications and trends in AI/Expert Systems
UFOR◆	Umweltforschungsdatenbank	Ongoing, completed environmental research projects in Germany, Austria, Switzerland (Ger)
ULIT◆	Umweltliteraturdatenbank	Bibliographic information on environmental issues mainly from German publications (Ger)

The DIALOG/DATA-STAR Partnership

Data-Star Unique Databases *continued*

◆ = All or partial records in one or more foreign languages
(ML) = Multilingual

Label	File Name	File Description
BIOMEDICAL/HEALTH		
VWWW◆	Volkswagenwerk	Technical, business, economic information on automotive and transportation industry (Ger)
AMED	Allied and Alternative Medicine	Articles in the area of complementary/alternative medicine (350 titles)
AEZT◆	Aerzte Zeitung	Fulltext of German medical daily (Ger)
ASSI	Applied Social Science Index & Abstracts	40% UK coverage, 80% abstracted (550 titles)
BMAP	British Medical Assoc. Press Cuttings	Press clippings of medical news
DHMT	DHSS-MEDTEH	Medical toxicology and environmental health (2000 titles mostly English)
DHSS FORS	DHSS-DATA Forensic Science Database	Health service, hospital admin. (2000 titles mostly English) Multidisciplinary (1800 sources)
GPGP	General Practitioner	Fulltext of three British National Health Service publications
IMMU	Immunoclones Database	Cell data related to immunology
KOSM	KOSMET	Information on the science and technology of cosmetics and perfumes
PHARMACEUTICAL		
AALR DPMS◆	LMS Drug Alerts Online Pharma Marketing Service	Summaries of papers for 13 major therapeutic areas Online version of weekly publication for the pharmaceutical professional
EPHM	European Pharmaceutical Market Research	Abstracts dealing with pharmaceutical market research. 50% European information
IMLA	Marketletter	Fulltext of weekly Marketletter
IPCP	IMSWorld Pharmaceutical	Fulltext, in-depth reports on pharmaceutical companies worldwide
LINE	Pharmline	Selective abstracts in the area of drugs and pharmaceutical practice. (100 titles) British National Health Service.

FUENTE: DIALOG INFORMATION SERVICE, Inc. 1993.

Alpha/Numeric Index to DIALOG Databases

File Number/ Acronym	File Name	File Number/ Acronym	File Name
BANKNEWS	AMERICAN BANKER NEWS	38	AMERICA: HISTORY & LIFE
BNADAILY	BNA DAILY NEWS	39	HISTORICAL ABSTRACTS
CBD MENU	COMMERCE BUSINESS DAILY	40	ENVIROLINE*
CENDATA	CENDATA™	41	POLLUTION ABSTRACTS
HEADLINES	DIALOG HEADLINES	42	PHARMACEUTICAL NEWS INDEX (PNI*)
HOME	DIALOG HOMEBASE™	44	AQUATIC SCIENCES & FISHERIES ABSTRACTS
MARKETFU	MARKETFULL (Full-Text Market Research)	46	A-V ONLINE
MEDTEXT	MEDTEXT (Full-Text Medical Journals)	47	MAGAZINE INDEX™
MONEY	DIALOG/MONEYCENTER*	48	SPORT
OAG	OAG ELECTRONIC EDITION*	49	PAIS INTERNATIONAL
PAPERS	PAPERS (Full-Text Newspapers)	50	CAB ABSTRACTS 1984-
PTSNL	PTS NEWSLETTER DATABASE*	51	FOOD SCIENCE & TECHNOLOGY ABSTRACTS
QUOTES	DIALOG* QUOTES AND TRADING	52	TSCA CHEMICAL SUBSTANCES INVENTORY
TEXTLINE	TEXTLINE GLOBAL NEWS	53	CAB ABSTRACTS 1972-1983
TNT	TAX NOTES TODAY	54	EXCEPTIONAL CHILD EDUCATION RESOURCES
TRADELIN	TRADELIN* AND TRADELINE INTERNATIONAL	55	BIOSIS PREVIEWS* 1985-
1	ERIC	56	ARTBIBLIOGRAPHIES MODERN
2	INSPEC 1969-present	57	PHILOSOPHER'S INDEX
3	INSPEC 1969-1982	58	GEOARCHIVE
4	INSPEC 1983-present	60	CRIS/USDA
5	BIOSIS PREVIEWS* 1969-present	61	LISA
6	NTIS	62	SPIN*
7	SOCIAL SCISEARCH*	63	TRIS
8	Ei COMPENDEX*PLUS™	64	CHILD ABUSE AND NEGLECT AND FAMILY
10	AGRICOLA 79-	66	GPO MONTHLY CATALOG
11	PsycINFO*	67	WORLD TEXTILES
14	ISMEC	68	ENVIRONMENTAL BIBLIOGRAPHY
15	ABI/INFORM*	69	ENERGYLINE*
16	PTS PROMT™	70	SEDBASE
17	PTS ANNUAL REPORTS ABSTRACTS*	72	EMBASE 1985-present
18	PTS F&S INDEX* 1980-present	73	EMBASE 1974-present
19	CHEMICAL INDUSTRY NOTES	74	INTERNATIONAL PHARMACEUTICAL ABSTRACTS
21	NCJRS	75	MANAGEMENT CONTENTS*
22	EMPLOYEE BENEFITS INFOSOURCE™	76	LIFE SCIENCES COLLECTION
23	CLAIMS™/U.S. PATENT ABSTRACTS 50-70	77	CONFERENCE PAPERS INDEX
24	CLAIMS™/U.S. PATENT ABSTRACTS 71-81	79	FOODS ADLIBRA™
25	CLAIMS™/U.S. PATENT ABSTRACTS 82+	80	PTS AEROSPACE/DEFENSE MARKETS*
26	FOUNDATION DIRECTORY	81	PTS U.S. FORECASTS*
27	FOUNDATION GRANTS INDEX	82	PTS U.S. TIME SERIES*
28	OCEANIC ABSTRACTS	83	PTS INTERNATIONAL FORECASTS*
29	METEOROLOGICAL & GEOASTROPHYSICAL ABSTRACTS	85	GRANTS
30	ASIA-PACIFIC	86	MENTAL HEALTH ABSTRACTS
32	METADEX*	88	ACADEMIC INDEX™
33	ALUMINIUM INDUSTRY ABSTRACTS	89	GEOREF
34	SCISEARCH* 88+	92	IHS INTERNATIONAL STANDARDS & SPECIFICATIONS
35	DISSERTATION ABSTRACTS ONLINE		
36	LINGUISTICS & LANGUAGE BEHAVIOR ABSTRACTS		
37	SOCIOLOGICAL ABSTRACTS		

File Number/ Acronym	File Name	File Number/ Acronym	File Name
93	U.S. POLITICAL SCIENCE DOCUMENTS	164	COFFEELINE®
96	FLUIDEX (FLUID ENGINEERING ABSTRACTS)	165	EVENTLINE®
97	MUSIC LITERATURE INTERNATIONAL (RILM)	166	GPO PUBLICATIONS REFERENCE FILE
100	DISCLOSURE® DATABASE	169	INSURANCE PERIODICALS INDEX
101	CIS	171	CRIMINAL JUSTICE PERIODICALS INDEX
102	ASI	175	QUOTATIONS DATABASE
103	ENERGY SCIENCE AND TECHNOLOGY	176	ONTAP® ART LITERATURE INTERNATIONAL
108	AEROSPACE DATABASE	177	ONTAP® SOCIOLOGICAL ABSTRACTS
109	NUCLEAR SCIENCE ABSTRACTS	178	AVERY ARCHITECTURE INDEX
110	AGRICOLA 1970-1978	179	ARCHITECTURE DATABASE
111	NATIONAL NEWSPAPER INDEX™	182	EVERYMAN'S ENCYCLOPAEDIA
113	STANDARDS & SPECIFICATIONS	183	EXPERTNET®
114	ENCYCLOPEDIA OF ASSOCIATIONS	185	ZOOLOGICAL RECORD ONLINE®
115	RESEARCH CENTERS AND SERVICES DIRECTORY	187	F-D-C REPORTS
116	TRADE NAMES DATABASE	188	HEALTH DEVICES SOURCEBOOK®
117	WATER RESOURCES ABSTRACTS	190	RELIGION INDEX
119	TEXTILE TECHNOLOGY DIGEST	191	ART LITERATURE INTERNATIONAL
120	U.S. COPYRIGHTS	192	INDUSTRY TRENDS AND ANALYSIS
121	BRITISH EDUCATION INDEX	194	COMMERCE BUSINESS DAILY backfile
122	HARVARD BUSINESS REVIEW	195	COMMERCE BUSINESS DAILY current
123	CLAIMS™/REASSIGNMENT & REEXAMINATION	196	INDEX
124	CLAIMS™/REFERENCE	198	HEALTH DEVICES ALERTS®
125	CLAIMS™/U.S. PATENT ABSTRACTS WEEKLY	199	ONTAP® TAX NOTES TODAY
126	TRADEMARKSCAN® - U.K.	200	DIALOG PUBLICATIONS™
127	TRADEMARKSCAN® - CANADA	201	ONTAP® ERIC
128	PHARMAPROJECTS	202	INFORMATION SCIENCE ABSTRACTS
129	PHARMACEUTICAL AND HEALTHCARE	203	AGRI INTERNATIONAL
130	PHARMACEUTICAL AND HEALTHCARE	204	ONTAP® CA SEARCH
132	STANDARD & POOR'S DAILY NEWS 7/85+	205	ONTAP® BIOSIS PREVIEWS®
133	STANDARD & POOR'S CORP DESCRIPTIONS	206	ONTAP® NTIS
135	CONGRESSIONAL RECORD ABSTRACTS	207	ONTAP® SOCIAL SCISEARCH®
136	FEDERAL REGISTER ABSTRACTS	208	ONTAP® COMPENDEX® PLUS™
137	BOOK REVIEW INDEX	210	ONTAP® AGRICOLA
139	ECONOMIC LITERATURE INDEX	211	NEWSEARCH™
142	CURRENT TECHNOLOGY INDEX	212	ONTAP® PsycINFO®
144	PASCAL	213	ONTAP® INSPEC
146	WASHINGTON POST ONLINE	214	PETERSON'S COLLEGE DATABASE
148	TRADE & INDUSTRY INDEX™	215	ONTAP® ABI/INFORM®
149	HEALTH PERIODICALS DATABASE™	216	ONTAP® PTS PROMT™
150	LEGAL RESOURCE INDEX™	218	NURSING & ALLIED HEALTH
151	HEALTH PLANNING & ADMINISTRATION	220	CLAIMS™/CITATION pre-1947
152	MEDLINE® 1966-1974	221	CLAIMS™/CITATION 1947-1970
153	MEDLINE® 1975-1982	222	CLAIMS™/CITATION 1971-present
154	MEDLINE® 1983-present	223	CLAIMS™/UNITERM 1950-1970
155	MEDLINE® 1966-present	224	CLAIMS™/UNITERM 1971-1981
156	TOXLINE®	225	CLAIMS™/UNITERM 1982-present
157	AIDSLINE®	226	TRADEMARKSCAN® - U.S. FEDERAL
158	DIOGENES®	227	BRITISH OFFICIAL PUBLICATIONS (HMSO)
159	CANCERLIT®	229	DRUG INFORMATION FULLTEXT
160	SMOKING AND HEALTH	230	COMPUTER-READABLE DATABASES
161	OCCUPATIONAL SAFETY & HEALTH	231	ONTAP® CHEMSEARCH™
162	CAREER PLACEMENT REGISTRY	233	MICROCOMPUTER INDEX™
163	AGELINE	234	MARQUIS WHO'S WHO

File Number/ Acronym	File Name
236	BOWKER BIOGRAPHICAL DIRECTORY
237	BUYER'S GUIDE TO MICRO SOFTWARE
238	SUPERTECH
239	MATHSCI*
240	PAPERCHEM
241	ELECTRIC POWER DATABASE
242	CLAIMS™/COMPOUND REGISTRY
243	LABORLAW II
244	LABORLAW I
245	WATERNET™
246	TRADEMARKSCAN® - U.S. STATE
247	ONTAP® MAGAZINE INDEX™
248	PIRA (PACKAGING, PAPER, PRINTING...)
250	ONTAP® CAB ABSTRACTS
251	ONTAP® FOOD SCIENCE AND TECHNOLOGY
252	PACKAGING SCIENCE AND TECHNOLOGY
253	ONTAP® INPADOC FAMILY & LEGAL STATUS
254	ONTAP® MEDLINE®
255	ONTAP® ARTS & HUMANITIES® SEARCH
256	BUSINESS SOFTWARE DATABASE™
257	API ENERGY BUSINESS NEWS INDEX
258	AP NEWS
260	UPI NEWS (backfile)
261	UPI NEWS (current)
262	CANADIAN BUSINESS AND CURRENT AFFAIRS
265	FEDERAL RESEARCH IN PROGRESS (abridged)
266	FEDERAL RESEARCH IN PROGRESS (unabr)&
268	FINIS®
269	MATERIALS BUSINESS FILE™
271	CONSUMER DRUG INFORMATION FULLTEXT
272	ONTAP® EMBASE
273	PETERSON'S GRADLINE
275	COMPUTER DATABASE™
276	ONTAP® D&B - DUN'S MARKET IDENTIFIERS®
277	ONTAP® INVESTEXT®
278	MICROCOMPUTER SOFTWARE GUIDE
279	ONTAP® CLAIMS™
280	ONTAP® DERWENT WORLD PATENTS INDEX
281	ONTAP® PTS MARKETING & ADVERTISING REFERENCE SERVICE
282	ONTAP® AEROSPACE DATABASE
285	BIOBUSINESS®
286	BIOCOMMERCE ABSTRACTS AND DIRECTORY
287	BIOGRAPHY MASTER INDEX
289	ONTAP® DMS CONTRACT AWARDS
290	ONTAP® DIALINDEX®
291	FAMILY RESOURCES
292	GEOBASE™
293	ENGINEERED MATERIALS ABSTRACTS®
294	ONTAP® SCISEARCH®
295	WORLD TRANSLATIONS INDEX
296	ONTAP® TRADEMARKSCAN® - U.S. FEDERAL

*Forthcoming file

File Number/ Acronym	File Name
297	BIBLE (KING JAMES VERSION)
299	MAGILL'S SURVEY OF CINEMA
301	CHEMNAME®
302	KIRK-OTHMER ONLINE
303	CHAPMAN AND HALL CHEMICAL DATABASE
304	THE MERCK INDEX ONLINE™
305	ANALYTICAL ABSTRACTS
306	THE AGROCHEMICALS HANDBOOK
308	CA SEARCH® 1967-1971
309	CA SEARCH® 1972-1976
310	CA SEARCH® 1977-1981
311	CA SEARCH® 1982-1986
312	CA SEARCH® 1987-present
315	CHEMICAL ENGINEERING AND BIOTECHNOLOGY ABSTRACTS
316	EUROPEAN DIRECTORY OF AGROCHEMICAL PRODUCTS
317	CHEMICAL SAFETY NEWSBASE
318	CHEM-INTELL
319	CHEMICAL BUSINESS NEWSBASE
321	PLASPEC MATERIALS SELECTION DATABASE
322	POLYMER ONLINE
323	RAPRA ABSTRACTS
336	REGISTRY OF TOXIC EFFECTS OF CHEMICAL SUBSTANCES
337	*CHEMTOX ONLINE
340	CLAIMS™ U.S. PATENTS 1950-present
341	CLAIMS™/UNITERM 1950-present
344	CHINESE PATENT ABSTRACTS IN ENGLISH
345	INPADOC/FAMILY AND LEGAL STATUS
347	*JAPIO
350	DERWENT WORLD PATENTS INDEX 1963-1986
351	DERWENT WORLD PATENTS INDEX 1987-1991
353	APIPAT
354	APILIT
357	DERWENT BIOTECHNOLOGY ABSTRACTS
358	CURRENT BIOTECHNOLOGY ABSTRACTS
359	CHEMICAL ECONOMICS HANDBOOK
360	FINE CHEMICALS DATABASE
383	ONTAP® APIPAT
385	ONTAP® ANALYTICAL ABSTRACTS
386	ONTAP® KIRK-OTHMER ONLINE
389	ONTAP® BEILSTEIN ONLINE
390	BEILSTEIN ONLINE
398	CHEMSEARCH™
399	CA SEARCH® 1967-present
410	DIALOG CHRONOLOG® NEWSLETTER™
411	DIALINDEX®
413	DIALOG PRODUCT NAME FINDER™
414	DIALOG JOURNAL NAME FINDER™
415	DIALOG BLUESHEETS™
416	DIALOG COMPANY NAME FINDER™
421	REMARC pre-1900

File Number/ Acronym	File Name
422	REMARC 1900-1939
423	REMARC 1940-1959
424	REMARC 1960-1969
425	REMARC 1970-
426	LC MARC - BOOKS
430	BRITISH BOOKS IN PRINT
434	SCISEARCH® 74-present
439	ARTS & HUMANITIES SEARCH®
440	CURRENT CONTENTS SEARCH®
442	AMERICAN MEDICAL ASSOCIATION JOURNALS
444	THE NEW ENGLAND JOURNAL OF MEDICINE
445	*IMSWORLD R&D FOCUS
446	*IMSWORLD NEW PRODUCT LAUNCHES
447	*IMSWORLD PATENTS INTERNATIONAL
450	PUBLISHERS, DISTRIBUTORS, & WHOLESALERS
460	AMERICAN LIBRARY DIRECTORY
465	ARAB INFORMATION BANK
466	INFO-SOUTH: LATIN AMERICAN NEWS
468	PUBLIC OPINION ONLINE (POLL)
469	GALE DATABASE OF PUBLICATIONS AND BROADCAST MEDIA
470	BOOKS IN PRINT
479	COMPANY INTELLIGENCE™
480	ULRICH'S INTL PERIODICALS DIRECTORIES
481	DELPHES EUROPEAN BUSINESS
484	NEWSPAPER & PERIODICAL ABSTRACTS
485	ACCOUNTING & TAX DATABASE
491	CANCORP CANADIAN CORPORATIONS
492	ARIZONA REPUBLIC/PHOENIX GAZETTE
494	ST. LOUIS POST-DISPATCH
495	COLUMBUS DISPATCH
496	SACRAMENTO BEE
497	FORT LAUDERDALE NEWS/SUN SENTINEL
498	DETROIT FREE PRESS
500	EXTEL INTERNATIONAL FINANCIAL CARDS
501	EXTEL INTERNATIONAL NEWS CARDS
502	TEIKOKU DATABANK: JAPANESE COMPANIES
505	*FBR ASIAN COMPANY PROFILES
513	CORPORATE AFFILIATIONS
514	D&B-DUN'S BUSINESS UPDATE
515	D&B - DUN'S ELECTRONIC BUSINESS DIRECTORY
516	D&B - DUN'S MARKET IDENTIFIERS®
517	D&B - MILLION DOLLAR DIRECTORY
518	D&B - INTERNATIONAL DUN'S MARKET IDENTIFIERS®
519	D&B - DUNS FINANCIAL RECORDS PLUS™
520	D&B - CANADIAN DUN'S MARKET IDENT®
521	D&B - EUROPEAN DUN'S MARKET IDENT®
522	D&B-ASIA-PACIFIC
526	STANDARD & POOR'S REGISTER - BIOGRAPHICAL

File Number/ Acronym	File Name
527	STANDARD & POOR'S REGISTER - CORPORATE
529	HOPPENSTEDT DIRECTORY OF GERMAN COMPANIES
531	AMERICAN BUSINESS DIRECTORY
532	AMERICAN BUSINESS 20 PLUS COMPANIES
535	THOMAS REGISTER ONLINE®
536	THOMAS NEW INDUSTRIAL PRODUCTS™
540	DISCLOSURE®/SPECTRUM OWNERSHIP
541	SEC ONLINE™
542	SEC ONLINE™
543	SEC ONLINE™
544	SEC ONLINE™
545	INVESTEXT®
546	MEDIA GENERAL PLUS
547	TRW BUSINESS CREDIT PROFILES
548	M&A FILINGS
549	INSIDER TRADING MONITOR
550	IDD M&A TRANSACTIONS
555	MOODY'S® CORPORATE PROFILES
556	MOODY'S® CORPORATE NEWS - U.S.
557	MOODY'S® CORPORATE NEWS - INTERNATIONAL
560	FINANCIAL TIMES COMPANY ABSTRACTS
561	ICC BRITISH COMPANY DIRECTORY
562	ICC BRITISH COMPANY FINANCIAL DATA
563	ICC INTERNATIONAL BUSINESS RESEARCH
564	ICC INTERNATIONAL ANNUAL REPORTS
565	ECONBASE: TIME SERIES AND FORECASTS
570	PTS MARKETING & ADVERTISING* REFERENCE SERVICE
571	PIERS EXPORTS (U.S. PORTS)
572	PIERS EXPORTS (U.S. PORTS)
573	PIERS IMPORTS (U.S. PORTS)
574	PIERS IMPORTS (U.S. PORTS)
575	D&B - DONNELLEY DEMOGRAPHICS
580	CENDATA™
581	AGRIBUSINESS U.S.A.™
582	JAPAN TECHNOLOGY
583	INFOMAT INTERNATIONAL BUSINESS
587	JANE'S DEFENSE AND AEROSPACE NEWS
588	DMS/FI CONTRACT AWARDS
589	DMS/FI MARKET INTELLIGENCE REPORTS®
590	KOMPASS EUROPE
591	KOMPASS UK
592	KOMPASS ASIA/PACIFIC
594	KOMPASS CANADA
603	NEWSPAPER ABSTRACTS
609	KNIGHT-RIDDER/TRIBUNE BUSINESS NEWS
610	BUSINESSWIRE
611	REUTERS

*Forthcoming file.

File Number/ Acronym	File Name
612	JAPAN ECONOMIC NEWSWIRE SM PLUS
613	PR NEWSWIRE
614	AGENCE FRANCE PRESSE ENGLISH WIRE
615	AGENCE FRANCE PRESSE INTERNATIONAL FRENCH WIRE
621	PTS NEW PRODUCT ANNOUNCEMENTS/PLUS*
622	FINANCIAL TIMES FULLTEXT&
624	McGRAW-HILL PUBLICATIONS ONLINE
625	AMERICAN BANKER FULL TEXT
626	BOND BUYER FULL TEXT
627	EIU: BUSINESS INTERNATIONAL
630	LOS ANGELES TIMES
631	BOSTON GLOBE
632	CHICAGO TRIBUNE
633	PHILADELPHIA INQUIRER
634	SAN JOSE MERCURY NEWS
635	BUSINESS DATELINE*
636	PTS NEWSLETTER DATABASE*
637	JOURNAL OF COMMERCE
638	NEWSDAY
639	HOUSTON POST
640	SAN FRANCISCO CHRONICLE
641	ROCKY MOUNTAIN NEWS
642	CHARLOTTE OBSERVER
645	CURRENT DIGEST OF THE SOVIET PRESS
646	CONSUMER REPORTS
647	MAGAZINE ASAP™
648	TRADE & INDUSTRY ASAP™
649	NEWSWIRE ASAP™
650	TAX NOTES TODAY
655	BNA DAILY NEWS
660	FEDERAL NEWS SERVICE
665	FEDERAL ACQUISITION REGULATIONS
669	FEDERAL REGISTER
674	COMPUTER NEWS FULLTEXT
675	COMPUTER ASAP™
701	ST. PAUL PIONEER PRESS DISPATCH
702	MIAMI HERALD
703	USA TODAY
704	OREGONIAN (PORTLAND)
705	ORLANDO SENTINEL
706	TIMES-PICAYUNE (NEW ORLEANS)
707	SEATTLE TIMES
708	AKRON BEACON JOURNAL
709	RICHMOND NEWS LEADER/TIMES-DISPATCH
710	TIMES/SUNDAY TIMES (LONDON)
711	INDEPENDENT (LONDON)
712	PALM BEACH POST
713	ATLANTA JOURNAL/CONSTITUTION
714	BALTIMORE SUN
715	CHRISTIAN SCIENCE MONITOR

*Forthcoming file.

File Number/ Acronym	File Name
716	DAILY NEWS OF LOS ANGELES
717	WASHINGTON TIMES
718	PITTSBURGH PRESS
719	TIMES UNION (ALBANY)
720	STATE (COLUMBIA)
721	LEXINGTON HERALD-LEADER
722	CINCINNATI POST/KENTUCKY POST
723	WICHITA EAGLE
724	STAR TRIBUNE (MINNEAPOLIS)
732	SAN FRANCISCO EXAMINER
733	BUFFALO NEWS
735	ST. PETERSBURG TIMES
740	COMMERCIAL APPEAL (MEMPHIS)
751	DATAPRO SOFTWARE DIRECTORY
752	*DATAPRO COMPARISON CHARTS AND PRODUCT EVALUATIONS
753	*DATAPRO REPORTS AND ANALYSIS
761	DATAMONITOR MARKET RESEARCH
762	EUROMONITOR MARKET RESEARCH
763	FREEDONIA MARKET RESEARCH
764	*BCC MARKET RESEARCH
771	TEXTLINE GLOBAL NEWS 1980-1989
772	TEXTLINE GLOBAL NEWS 1990+
799	TEXTLINE CURRENT GLOBAL NEWS
802	ONTAP* BOSTON GLOBE
803	ONTAP* DOE ENERGY
804	ONTAP* CHEMICAL ECONOMICS HANDBOOK
805	ONTAP* COMPUTER DATABASE™
806	ONTAP* KOMPASS ASIA/PACIFIC
809	ONTAP*DMS/FI MARKET INTELLIGENCE*
832	ONTAP* METADEX*
840	PAPERCHEM (members)
897	API ENERGY BUSINESS NEWS INDEX (APIBIZ)
911	DERWENT RINGDOC (Subscribers)
912	DERWENT RINGDOC (Subscribers)
913	DERWENT RINGDOC (Subscribers)
928	PHARMAPROJECTS (Subscribers)
953	APIPAT (Subscribers)
954	APILIT (Subscribers)
959	CHEMICAL ECONOMICS HANDBOOK (Subscribers)
987	PETROLEUM EXPLORATION & PRODUCTION

FUENTE: DIALOG INFORMATION
SERVICE, Inc. 1993.

Lista de distribuidores por orden alfabético

AGE = agente comercial CD = CD-ROM DIS = distribuidor GAT = gateway

Abacus Data Services Ltd (DIS) Tel (81) 683 64 44
Challenge House Fax (81) 683 64 45
616 Mitcham Road, Croydon
UK-Surrey CR5 2BG
Comext, Cronos

A.K.R. Information Private Ltd (AGE) Tel (11) 220 45 60
PO Box 90 4B
110 032 Delhi
INDIA
TED

Benson Computer Tel. (703) 893 72 00
Research Corporation (DIS) Fax (703) 893 74 99
Suite 260
7926 Jones Branch Drive
McLean
USA-22102 Virginia
INFO 92, RAPID

Business and Trade Statistics (DIS) Tel. (372) 46 31 21
Lancaster House Fax (372) 46 98 47
Moreland, Esher, Surrey, KT 108 AP
Comext

CCR-ISPRA (DIS CE) Tel. (332) 78 91 11
I-21020 Ispra Fax (332) 78 90 45
HTM-DB, REM
ECDIN CD-ROM

Cedis Edizioni srl (CD) Tel. (2) 824 14 51
Milanofiori - Palazzo E/2 Fax (2) 825 41 33
I-20090 Assago
CELEX CD-ROM:IT

Centre français du commerce
extérieur (DIS) Tel. (1) 45 05 30 00
Avenue d'Iena 10 Fax (1) 45 05 39 79
F-75783 Paris Cedex 16
TED

CERVED (GAT) Tel (6) 22 59 11
Via Appia Nuova, 696 Fax (6) 22 59 12 55
I-00179 Roma
CELEX, INFO 92, SCAD, TED

Context Ltd (DIS/CD)

Tranley House
Tranley Mews
144, Fleet Road
London NW3 2QW

CELEX**CELEX CD-ROM:DE/EN/FR****SCAD CD-ROM**

Tel. (71) 267 70 55

Fax (71) 267 27 45

Confindustria (DIS)

Viale dell'Astronomia, 30
I-00144 Roma

CELEX

Tel. (6) 590 35 28

Fax (6) 591 55 04

Corte Suprema di Cassazione (DIS)

Centro elettronico di documentazione
Via Damiano Chiesa, 24
I-00136 Roma

CELEX

Tel. (6) 345 02 46

Fax (6) 330 83 38

Credoc (AGE)

rue de la Montagne 34 bte 11
B-1000 Bruxelles

CELEX, INFO 92, SCAD

Tel. (2) 511 69 41

Fax (2) 513 31 95

Data Data AB (DIS)

Infodata
PO Box 34 101
S-10026 Stockholm

CELEX

Tel. (8) 738 50 00

Fax (8) 13 72 03

Dansk Diane Center (AGE)

Sigurdsgade, 41
DK-2200 København N

**ABEL, CELEX, ECLAS, Eurocron,
INFO 92, RAPID, SCAD, Sesame, TED**

Tel. (31) 81 66 66

Fax (35) 82 16 55

Datacentralen (DIS)

DC Host Centre
Landlystvej, 40
DK-2650 Hvidovre (København)

AGREP

Tel. (43) 71 81 22

Fax (43) 16 88 05

Data Star Ltd (DIS)

Plaza Suite
114, Jermyn Street
London SW1Y 6HJ

CELEX, TED

Tel. (71) 930 55 03

Fax (71) 930 25 81

Deutsche Mailbox GmbH (AGF)

Große Gleichen, 35
D-2000 Hamburg 36

**CELEX, ECLAS, Eurocron, INFO 92,
RAPID, SCAD, Sesame, TED**

Tel (40) 34 06 32

Fax (40) 34 45 10

Dlindl (DIS)

Weißhausstraße, 27
D-5000 Köln

AGREP, ECDIN

Tel (221) 472 41

Fax (221) 411 429

DSI (DIS)

Data Service and Information GmbH
Orsoyer Straße, 4
Postfach 11 27
D 4134 Rheinberg 1

Comext, Cronos

Disquete: Eurostatistique

Tel. (28) 43 32 20

Fax (28) 43 32 30

Dun & Bradstreet Ltd (DIS)

Holmers Farm Way
High Wycombe
Bucks HP12 4UL

TED

Tel. (494) 42 20 00

Fax (494) 42 22 60

ECHO (DIS CE)

Airport Centre
5, rue Höhenhof
Luxembourg

**Biorep, Brokersguide, CCL-TRAIN, Cordis,
RTD-Acronyms, RTD-Comdocuments, RTD-News,
RTD-Partners, RTD-Programmes, RTD-Projects,
RTD-Publications (EABS), RTD-Results (Proteas),
DOMIS, ECHO NEWS, ECU, Euristote,
Eurodicautom, l'm guide, Informark,
MISEP, TED, Thesauri, XIII Magazine**

Tel (+352) 34 98 11

Fax (+352) 34 98 12 34

Edicmall (AGE)

Economic Documentation and
Information Centre Ltd
Botary House

UK-Cairnie by Hunjly AB5 4TX

**CELEX, ECLAS, Eurocron, INFO 92,
RAPID, SCAD, Sesame, TED**

Tel (46687) 259

EPMS bv (CD)

Postbus 1059
NL 6201 BB Maastricht

**SCAD CD-ROM
CELEX CD-ROM**

Tel (4457) 22 75

Fax (4457) 21 48

Eurobases (DIS CE)
rue de la Loi, 200
B-1049 Bruxelles
CELEX, ECLAS, Eurocron, INFO 92,
RAPID, SCAD, Sesame

Tel (2) 235 00 01
(2) 235 00 03
Fax (2) 236 06 24

Eurokom (DIS)
Computer Centre
Bellfield
Dublin 4
Esprit, Eurocontact

Tel (1) 269 78 90
Fax (1) 283 86 05

Euromail — Nomos Datenpool (GAT)
Postfach 6 10
D-7570 Baden-Baden
CELEX, ECLAS, Eurocron, INFO 92,
RAPID, SCAD, Sesame

Tel. (7221) 21 04 35
Fax (7221) 21 04 27

Européenne des données (DIS)
164ter, rue d'Ageusseau
F-92100 Boulogne-Billancourt
CELEX

Tel (1) 46 05 29 29
Fax (1) 46 05 42 55

Eurostat (DIS CE)
Office Statistique des CE
Bâtiment Jean Monnet
L-2920 Luxembourg
FSSR, Sabine
Comext CD-ROM
Disquete: Comext, Cronos.
FSSRS, REGIO

Tel (352) 430 11
Fax (352) 43 01 30 15

Export Network Ltd (DIS)
Regency House
1-4 Warwick Street
UK-London W1R 5WA
TED

Tel (81) 900 13 13
Fax (81) 900 12 68

FIZ Technik (DIS)
Fachinformationszentrum Technik e.V.
Postfach 60 05 47
D-6000 Frankfurt am Main 1
INFO 92

Tel (69) 430 82 25
Fax (69) 430 82 00

FT Profile (DIS)
PO Box 12
Sunbury on Thames
UK-Middlesex TW16 7UD
CELEX, TED

Tel (32) 76 14 44
Fax (32) 76 14 44

Helketec Ltd (AGE)

Mesogion Avenue, 42a
GR-11527 Athens

**ABEL, CELEX, ECLAS, Eurocron,
INFO 92, RAPID, SCAD, TED**

Tel. (1) 778 56 58

GSI-ECO (DIS)

45, rue de la Procession
F-75015 Paris

Cronos

Tel. (1) 45 66 78 89
Fax (1) 47 34 46 92

GIV Network (GAT)

Gesellschaft für Informationsverarbeitung
Emil-Figge-Straße, 86
D-4600 Dortmund 50

CELEX, INFO 92

Tel. (231) 758 992 52
Fax (231) 758 892 55

GVS Systems sprl (DIS)

rue Borgnel, 15
B-5000 Namur

CELEX

Tel. (81) 22 99 64
Fax (81) 22 81 40

ICEX (GAT)

Instituto español de comercio exterior
Paseo de la Castellana, 14
Apartado 14170
E-28046 Madrid

CELEX, INFO 92, SCAD, TED

Tel. (1) 431 12 40
Fax (1) 431 61 28

Infopartners España, SL (AGE)

General Varela, 35, 2º, 4
E 28002 Madrid

**CELEX, ECLAS, Eurocron, INFO 92,
RAPID, SCAD, Sesame, TED**

Tel. (1) 570 41 72
Fax (1) 570 40 69

Infotap SA (AGE)

Rue A. Borschelle, 2
L-2012 Luxembourg

RAPID, SCAD, TED

Tel. (352) 43 61 55

**Istituto Italiano per il
commercio estero (DIS)**

Via Liszt, 21
I-00144 Roma

TED

Tel. (6) 599 21
Fax (6) 599 26 900

J.H. Schultz Information a/s (AGE)

Ottiliavej, 18
DK-2500 Valby

TED

Tel. (36) 44 22 66
Fax (36) 44 01 41

Jouve (DIS)
Systèmes d'information
18, rue Saint-Denis
F-75001 Paris
INFO 92

Tel (1) 42 33 17 99
Fax (1) 40 28 04 55

JURIS GmbH (DIS)
Gutenbergstraße, 23
D-6600 Saarbrücken
CELEX

Tel. (681) 586 60
Fax (681) 586 62 39

Komunty Komserve AB (AGE)
Sveavägen, 114
S-1350 Stockholm
ABEL, CELEX, ECLAS, Eurocron,
INFO 92, RAPID, SCAD, Sesame, TED

Tel (8) 673 20 40
Fax (8) 673 61 39

LBO (AGE)
Language and Business Operation
7, Zographou Str.
GR-71202 Heraklion/Crete
TED

LD-Lovdata (DIS)
Niels Juels Gate, 16
N-0272 Oslo 2
CELEX

Tel (2) 44 97 73

Longman Group UK Limited (CD)
Service Management 6th Floor
Westgate House/The High Harlow
UK-Essex CM20 1YR
Sesame CD-ROM

Tel (279) 44 26 01
Fax (279) 44 45 01

Marconi S.V.A. (AGE)
Value Added Services
Rua do Comercio, 8, 2º Andar
P-1000 Lisboa
CELEX, ECLAS, Eurocron, INFO 92,
RAPID, SCAD, Sesame, TED

Tel (1) 57 35 22
Fax (1) 57 83 61

MEAD Data Central (DIS)
4200 Wilson Blvd, Suite 950
Arlinton, VA 22203
USA
CELEX, INFO 92, RAPID

Tel 703 527 3988
Fax 703 527 4285

Ministry of Justice (DIS)
Bureau of Data Management
Box 157
SF-13101 Hameenlinna
CELEX

Tel (17) 15 31
Fax (17) 1533 698

Ministerie van Economische Zaken (DIS)
Bezuïdenhoutseweg, 30
Postbus 20101
NL-2500 's Gravenhage
TED

Tel. (70) 79 89 11
Fax (70) 47 40 81

Mundi-Prensa, SA. (AGE)
Castelló, 37
E-28001 Madrid
**ABEL, CELEX, ECLAS, Eurocron,
INFO 92, RAPID, SCAD, Sesame**

Tel. (1) 431 32 22
Fax (1) 575 39 98

Nathan Logiciels (CD)
3/5, Avenue Galliéni
F-94257 Gentilly Cedex
Cronos CD-ROM, REGIO CD-ROM

Tel. (1) 47 40 66 66
Fax (1) 47 40 65 77

ODAV Datenverarbeitung GmbH (AGE)
Ernst-Heinkelstraße, 11
D-8440 Straubing
TED

Tel. (9421) 70 50

Oficina de Publicaciones (DIS)
2, rue Mercier
L-2985 Luxembourg
ABEL, CATEL
Disquete: BACH

Tel. (352) 49 92 81
Fax (352) 48 85 73

Outlaw (AGE)
Informationssysteme GmbH
Sedansstraße, 27
D-8700 Würzburg 14
**ABEL, CELEX, ECLAS, Eurocron,
INFO 92, RAPID, SCAD, Sesame
CELEX CD-ROM**

Tel. (931) 419 42 48
Fax (931) 419 42 05

Parlement Européen (DIS)
Bâtiment Schuman
L 2929 Luxembourg
Epoque

Tel. (352) 43 00
Fax (352) 43 70 09

RCC NV (DIS)
Rijks Computercentrum
Fauststraat, 1
Postbus 9105
NL-7300 HN Apeldoorn
CELEX

Tel. (55) 77 88 22
Fax (55) 21 59 60

Reuters Limited (DIS)
85, Fleet Street
London EC4P 4AJ
RAPID, SCAD

Tel. (71) 250 11 22
Fax (71) 955 00 11

Saarbrücker Zeitung
Abteilung Informationssysteme
Gutenbergstraße, 11-23
D-6600 Saarbrücken 1
TED

Tel (681) 50 20
Fax (681) 50 23 00

Schweizerische Zentrale für (AGE)
Handelsförderung (OSEC)
Stampfenbachstraße, 85
CH-8035 Zürich
ABEL, CELEX, ECLAS, Eurocron,
INFO 92, RAPID, SCAD, Sesame, TED

Tel (1) 365 51 51
Fax (1) 365 53 11
(1) 365 52 21

Seat-Saritel SpA (GAT)
SarIn Telematica
ss 148 Pontina Km 29,100
I-00040 Roma
CELEX, INFO 92, SCAD, TED

Tel (6) 91 19 71
Fax (6) 91 19 77 07

SEIB (DIS)
2a. Cité Kennedy
L-7234 Luxembourg
TED

Tel (352) 33 70 21
Fax (352) 33 70 21

Seidl Datenbank Service GmbH (CD)
Tannenweg 5
D-6052 Mülheim am Main
CELEX CD-ROM

Tel (6108) 753 96
Fax (6108) 734 32

Spritel (GAT)
Parque Tecnológico, edificio 103
E-48016 Zamudio (Vizcaya)
ABEL, CELEX, ECLAS, Eurocron,
INFO 92, RAPID, SCAD, Sesame, TED

Tel (4) 420 94 70
Fax (4) 420 94 65

Staffordshire Polytechnic
Leek Road
GB-ST4 2DF Stoke-on-Trent
Cronos

Tel (782) 41 25 15
Fax (782) 74 40 35

Statens Datasentral
Ulvenvelen, 89 B
N-0581 Oslo
Sesame

Tel (2) 95 63 00
Fax (2) 64 84 07

Stel Servizi Telematici (AGE)
Via del Canneto, 34
I-09134 Cagliari
ABEL

Tel (70) 52 09 58
Fax (70) 52 09 59

STN International
Postfach 2465
D-7500 Karlsruhe 1
Sesame

Tel (7247) 80 85 55
Fax (7247) 80 86 66

Swisslex SA (AGE)

Maulbeerstraße, 10
CH-3001 Bern

CELEX

Tel. (31) 26 09 01
Fax (31) 26 09 30

Textel (AGE)

Serviços de Telemática SA

Rua João Black, 18

Sobreda da Caparica

P-2825 Monte da Caparica

ABEL, CELEX, ECLAS, Eurocron,

INFO 92, RAPID, SCAD, Sesame, TED

Tel (1) 295 87 18
(1) 295 85 05
Fax (1) 295 87 18

Trendline (AGE)

Financial Information Ltd

22, Yavna St

IL-65791 Tel-Aviv

CELEX, ECLAS, Eurocron, INFO 92,

RAPID, SCAD, Sesame, TED

Tel (03) 29 04 66

Vestlandsforskning (AGE)

Parkvegen, 5

PB 142

N-5801 Sogndal

CELEX, SCAD

Tel. (56) 593 21 00

Wefa Benelux (DIS)

place Guy d'Arezzo, 17

B-1060 Bruxelles

Comext, Cronos

Tel (2) 345 02 84
Fax (2) 345 54 87

Wefa GmbH (DIS)

Reuterweg, 4

D-6000 Frankfurt am Main 1

Comext, Cronos

Tel. (69) 72 87 97

Wefa Ltd (DIS)

Ebury Gate, 23

Lower Belgrave

UK London SW1W ONW

Comext, Cronos

Tel (71) 631 07 57
Fax (71) 631 07 54

Wefa-Cels Srl (DIS)

Via Montenapoleone, 12

I-20121 Milano

Comext, Cronos

Tel (2) 46 00 80

Wefa SA (DIS)

25, rue de Ponthieu

F-75008 Paris

Comext, Cronos

Tel. (1) 45 63 19 10
Fax (1) 45 63 76 72

Wefa Canada Inc. (DIS)
777 Bay Street, suite 2020
PO Box 143
Toronto, Ontario M5G 2C8
Canada

Tel (01 416) 599 57 00

Comext, Cronos

Wefa Inc. (DIS)
150, Monument Road
Bala Cynwyd, PA 19004
USA

Tel (215) 667 60 00

Comext, Cronos

WTC — World Trade Center (AGE)
Avenida do Brasil, 1, 9^o
P-1700 Lisboa

Tel (1) 293 30 45

Fax (1) 26 84 36

CELEX, TED

RNO DE LA PROVINCIA
SAN JUAN

INTERNATIONAL TRADE CENTER UNCTAD/GATT (ITC)
54, Rue de Montbrillant
Palais des Nations
1211, Geneva 10
FAX 41 22 733 4439 DATE: 10/19/93

Attn: Mr. Gran M. Engblon

Dear Sir,

San Juan Province has decided to open its trade promotion office in Buenos Aires, Argentina, with the specific task of undertaking activities to encourage the development of San Juan's overseas trade.

In order to achieve this task, we are interested in contacting with the different international organizations and centers which contribute to the economic expansion of countries in the process of economic development.

As a first step, we would like to receive from you a list of these export promotion organizations you consider appropriate for our office to contact and at the same time all the available information that the International Trade Center (ITC) may supply, in order to promote and introduce in other markets all over the world the products San Juan Province produces.

Those products we are in a position to export are as follows:

Agricultural:

garlic, onions, asparagus, seeds: alfalfa and hortícolas, fresh grapes.

Agricultural industry:

olives, olive oil, tartaric acid, ethilic alcohol, aperitifs,
preserved: tomato (whole, slices and puree)
extract sauces (simple and combined)
artichoke and asparagus

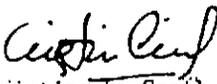
champagne, quince jelly and mermelade, dried fruits: raisins,
concentrated grape juice, wines: all variety, concentrated and rectified
grape must.

Minerals:

Investment possibilities for exploitation.

Thanking you in advance for your cooperation and looking forward to hearing from you soon, we remain

Sincerely


Cristina L. Casil
Coordinadora


José María Penalzoza
Director
Casa de San Juan
en Buenos Aires

PD: Please send us if possible, the databases for trade promotion activities you are in contact with.

Please answer to: CASA DE SAN JUAN EN BUENOS AIRES
Sarmiento 1251 - (1041) Capital Federal
TE: 541 382 5580 / 541 382 7975
FAX: 541 382 4729