60177

PRIMER INFORME PARCIAL

Proyecto: "Implementación del Plan de Negocios para Grupos Exportadores del Sector Metalmecánico – Rubro Autopartes"

FECHA: 7 DE JULIO DE 2005

CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES

MINISTERIO DE LA PRODUCCION Y FINANZAS DE LA PROVINCIA DE CORDOBA

AGENCIA PROCORDOBA S.E.M.

CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES
BIBLIOTECA
Dr. Manuel Belgrano

EXPERTO: ING. ALEJANDRO CARLOS BAUDINO

INDICE

INTRODUCCION 2
1. REESTRUCTURACIÓN DE LOS GRUPOS EXPORTADORES 4
1.1. Grupo GEAC y EXINCO 4
1.2. Grupo Villa María – Marcos Juarez 5
Grupo San Francisco 5
1.3. Reelaboración de reglamentos internos para ambos grupos debido a que los Grupos GEAC y EXINCO se fusionaron y se anexarán empresas al Grupo de Villa María..... 6
2. SENSIBILIZACIÓN Y DIVULGACIÓN DE LA EXPERIENCIA SOBRE ASOCIATIVISMO EMPRESARIO EN LAS PROVINCIAS DE SANTA FE Y ENTRE RÍOS..... 7
2.1- Presentación del modelo aplicado en la Provincia de Córdoba 7
3. SELECCIÓN, DESIGNACIÓN Y APOYO TÉCNICO-PROFESIONAL A LOS COORDINADORES DE CADA UNO DE LOS GRUPOS EXPORTADORES..... 7
3.1- Colaborar en la búsqueda y selección del coordinador / gerente para los Grupos de Córdoba y Villa María – Marcos Juárez conjuntamente con la Agencia ProCórdoba SEM..... 7
4. SEGUIMIENTO Y CONSOLIDACIÓN DE LOS CONTACTOS REALIZADOS EN LA MISIÓN COMERCIAL INVERSA DE BRASIL Y MÉXICO Y RONDA INTERNACIONAL DE NEGOCIOS EN EL MES DE JUNIO DE 2004. 8
4.1 – Colaboración con los Grupos exportadores en la concreción de negocios a partir de los contactos realizados en Córdoba con las empresas de Brasil y México. 8
Distribuidora Autoindustria SA de CV 8
Servicios y Distribuifores de Autopartes SA de CV 9
Distribuidora Sagaji SA de CV 9
Flat SA de CV..... 9
ARESA refacciones SA de CV 9
Aupecas Castro 10
Cia Rede Ancora Imp. Exp. e Distrib. de Autopecas 10
5. ACCIONES DE PROMOCION COMERCIAL.....10

5.1- Colaborar en el diseño y direccionamiento de la página web institucional de cada grupo, en la elaboración de folletería y material promocional (muestras). 10
5.2 - Colaborar en conjunto con el CFI y la Agencia ProCórdoba SEM en la Planificación y organización de ferias internacionales y misiones comerciales a /de Brasil y México. 10
6. ACCIONES COMERCIALES Y DE MARKETING: 11
6.1- Elaborar la mejor mezcla comercial para cada binomio producto -mercado seleccionado..... 11
7. LOGISTICA INTERNACIONAL: 25
7.1- Diagnóstico y relevamiento de la Gestión Logística Internacional de cada uno de los Grupos. 25
8. BARRERAS ARANCELARIAS Y PARARANCELARIAS 37
8.1- Colaborar con las empresas de los grupos en la reducción / eliminación de los aranceles de importación y otras barreras pararancelarias, en los mercados con los que se opere comercialmente, en conjunto con el Gobierno de Córdoba, CFI, Cancillería y Organismos Internacionales pertinentes. 37
9. ANÁLISIS Y SELECCIÓN DE NUEVOS MERCADOS 37
ANEXO 1 39
ANEXO 2 49
ANEXO 3 54
ANEXO 4 93

INTRODUCCION

Tal como fue indicado en el Primer Informe de Avance presentado el 28 de abril del corriente año, el tiempo transcurrido desde la finalización del proyecto anterior (mayo de 2004) hasta la aprobación del proyecto actual (marzo de 2005) requirió retomar con los grupos la dinámica de trabajo que se había logrado desarrollar.

1. Con este objetivo, realizamos varias reuniones con los tres grupos para interesarlos en la participación de acciones promocionales disponibles (ferias, misiones, pag. Web, etc.) que motiven y refuercen el asociativismo.
2. En lo que respecta a la sensibilización y divulgación en Santa Fé y Entre Ríos (Región Centro) de la experiencia de los Grupos formados en la Provincia de Córdoba, estamos a la espera de directivas por parte del CFI y de las áreas de gobierno correspondientes de las tres provincias.
3. En este período colaboramos en la selección de coordinadores para los grupos de Córdoba y Villa María, concretándose la designación de ambos.
4. Como lo manifestamos al comienzo, fue necesario reflotar los contactos con las empresas de Brasil y México que participaron de la Misión Inversa realizada en julio del 2004, que se vieron parcialmente interrumpidos entre la finalización de la etapa anterior y el comienzo de la presente.

Un hecho positivo fue la posibilidad de colaborar con la Agencia PROCORDOBA y PROARGENTINA en la organización de la Misión Inversa de Brasil, México, Costa Rica y Ecuador en abril de 2005, para la cual invitamos a todas las empresas de los grupos a participar, lográndose una excelente participación y perspectivas de negocios.

5. Referido al pto de Acciones de Promoción Comercial, se está colaborando en conjunto con el CFI y la Agencia ProCórdoba en la planificación de la participación de las empresas de los Grupos Exportadores en la Feria EXPORUJAC en Guadalajara –México en conjunto con una ronda de negocios en Distrito Federal con el apoyo y la colaboración de ARIDRA (Cámara que agrupa a los importadores y distribuidores de autopartes de México).

También se han iniciado los contactos con empresas de Córdoba para realizar el diseño de la página web institucional de cada grupo y el material promocional

(folletería, etc).

6. En lo que hace a acciones comerciales y de Marketing, se está instruyendo a cada coordinador de cada uno de los Grupos en poner en marcha un plan de asistencia técnica – comercial a las empresas para el cálculo de costos y precios de exportación, estrategias de negociación y de marketing con nuestra supervisión.

7. Se está realizando con varias empresas de los grupos un relevamiento de los principales obstáculos que tienen y han tenido en materia de logística internacional, en particular los cuellos de botella en el tema transporte, aduana, puertos, bancos, etc. a través de una herramienta matricial que abarca los tres escenarios básicos en donde se derarrolla la gestión de la Logística Internacional : país exportador, tránsito internacional y país importador.

8. Respecto a las barreras arancelarias y pararancelarias, se está trabajando en conjunto con la Agencia ProCórdoba SEM en la obtención de información referida al tema de autopartes con México para tener un panorama más claro de la situación de cada posición arancelaria para ver luego los mecanismos a utilizar para lograr su reducción / eliminación.

9. En materia de nuevos mercados se ha realizado un pormenorizado estudio y análisis para la selección de aquellos con mayores posibilidades comerciales para la realización de la misión inversa de países no tradicionales. Ya se han seleccionado seis países y se está trabajando en la selección de las empresas importadoras – distribuidoras de autopartes, acción en la que trabajamos en conjunto con la Agencia ProCórdoba y los agregados comerciales de los países seleccionados.

1. REESTRUCTURACIÓN DE LOS GRUPOS EXPORTADORES

1.1. Grupo GEAC y EXINCO

En virtud de varias reuniones mantenidas a posteriori de la finalización del proyecto anterior (mayo de 2004) y hasta el comienzo del proyecto actual (marzo de 2005), logramos la fusión del Grupo EXINCO (ex META) y el Grupo GEAC (ex CORDOBA) en un único grupo, aprovechando la sinergia asociativa. El referente de este grupo ampliado es la Lic. Isabel Martínez, directiva de la empresa FUMISCOR.

El nuevo grupo denominado EXINCO quedó conformado por las siguientes empresas:

EMPRESA	DIRECTIVOS	PRODUCTOS
SILA ARGENTINA S.A.	**Ing. Livio Lecchio** **Lic. Pablo Leguizamón**	Cables flexibles
MET. DE GIORGIS S.A.	**Lic. Nilda de Giorgis** **Ing. Ana Grutadauria**	Mecanizado
A. GIACOMELLI S.A.	**Sr. Claudio Giacomelli** **Lic. Sebastián Sabe**	Autopartes de goma y goma – metal
PEREZ HNOS. S.A. (PERSAN)	**Sr. Eduardo Perez** **Sr. Pablo Monti**	Pistones
TELEFIJ S.R.L.	**Sr. Julio Ramos** **Srta. Ivonne Ramos**	Bulones, prisioneros y espárragos
FUMISCOR	**Lic. Isabel Martinez**	Varrillas, estampados, tubos, alambres
REFIRE	**Lic. Laura Figuerola**	Equipos para movimiento de cargas
RESORTES ARGENTINA S.A.	**Ing. Fernando Santagostino**	Resortes y muelles
TIFEC S.A.	**Lic. Fernando Reggiardo**	Engranajes de caja y diferencial
VERINO Y PAGLIERO	**Lic. Mario Verino**	Llaves de un punto, inversoras (eléctricas), módulo de encendido y apagado automático de luces bajas.

1.2. Grupo Villa María – Marcos Juarez

El Grupo Villa María se fue consolidando, como consecuencia de similares reuniones a las mantenidas con el Grupo EXINCO. El referente de este grupo es el Sr. Carlos Gribaudo, directivo de la empresa del mismo nombre.

Al iniciar este proyecto se presentó la moción de incorporación al Grupo de la empresa ANTONIO ALVES, lo que fue aceptado por unanimidad.

El grupo quedó conformado por las siguientes empresas:

EMPRESA	DIRECTIVOS	PRODUCTOS
CARLOS DANIEL GRIBAUDO	Sr. Carlos Gribaudo	Bombas de agua
AJ IND METALURGICAS	Sr. Daniel Maltaneri	Tapas p/ alternadores y cubre bendix del automotor
MULINETTI	Sr. Miguel Angel Mulinetti	Bombas de Agua, tensores para correas
XYCUMAX EQUIPAMIENTOS	Sr. Sergio Giraudo	Criques, carretas, bateas bajatalones, desmontadoras y demás máquinas y herramientas p/ gomerías.
ANTONIO ALVES	Sr. Antonio Alves	Autopartes eléctricas y electrónicas
RADIADORES PRATS	Sr. Luis Prats Sr. Ricardo Foia	Radiadores e intercambiadores de calor industriales

Grupo San Francisco

El Grupo San Francisco, nombró su coordinador en Agosto de 2004, presentándolo ante la Fundación Exportar y BankBoston en Noviembre de 2004. El Dr. Sergio Tortosa, desde su nombramiento ha realizado viajes a Brasil y México, buscando concretar negocios con las empresas que extranjeras que participaron de la Misión Inversa organizada por el CFI y la Agencia PROCORDOBA en Julio de 2004.

El grupo quedó conformado por las siguientes empresas:

EMPRESA	DIRECTIVOS	PRODUCTOS
CRAVERO REPUESTOS	Sr. Orlando Cravero	Poleas para cigüeñal de

	Sra. Laura Cravero	**autos, camiones y tractores.**
RADA IND. Y COM. S.R.L.	**Sr. Francisco Bortolussi**	**Engranajes para cajas de cambio, árbol de levas, ejes de transmisión, toma de fuerzas para tractores agrícolas.**
PIZZI, Adrián & Germán S.H.	**Sr. Adrián Pizzi** **Sr. Germán Pizzi**	**Engranajes de Distribución. Engranajes industriales, coronas de reductores, engranaje de cadena (agrícola).**
EFN METALURGICA	**Sr. Norberto Notario** **Sr. Mauro Notario** **Sra. Nancy Notario**	**Bombas de aceite**
SCHAUM PORLIURETANOS	**Ing. Marcelo Tórtolo**	**Topes de compresión para amortiguadores; Elastómeros de poliuretano; Empuñaduras palanca de cambios; volantes de dirección.**

1.3. Reelaboración de reglamentos internos para ambos grupos debido a que los Grupos GEAC y EXINCO se fusionaron y se anexarán empresas al Grupo de Villa María.

En el grupo de Córdoba, debido a que como ya se indicó, los dos grupos se fusionaron, en la reunión mantenida con el grupo en el mes de junio, se le presentó un modelo de reglamento interno para su aprobación, el cual está siendo evaluado por el mismo.

En Villa María, dado que hasta el momento no se había aprobado un reglamento interno, se le presentó al grupo un modelo de reglamento interno similar al presentado al grupo de Córdoba, el cual también está siendo evaluado.

El modelo de reglamento interno puede ser consultado en el Anexo 4 del presente informe.

2. SENSIBILIZACIÓN Y DIVULGACIÓN DE LA EXPERIENCIA SOBRE ASOCIATIVISMO EMPRESARIO EN LAS PROVINCIAS DE SANTA FE Y ENTRE RÍOS

2.1- Presentación del modelo aplicado en la Provincia de Córdoba

En la misión inversa organizada por PROCORDOBA y PROARGENTINA en el mes de abril de 2005 se hicieron contactos con el Secretario de Comercio Exterior de la Provincia de Santa Fe, Lic. Germán Bürcher y con el Presidente de la Cámara de Comercio Exterior de Rafaela, Sr. Osvaldo Acastello, comentándoles de la experiencia de Córdoba y dejando abierta la posibilidad de realizar una charla a los empresarios de esa provincia.

Lic. Germán G. Bürcher – Tel. 0342-4505394 / 4505347
e-mail: dcomext@santafe.gov.ar / scomext@santafe.gov.ar
Sr. Osvaldo A. Acastello – Tel. 03492-430294 / 432301
e-mail: etma@arnet.com.ar

3. SELECCIÓN, DESIGNACIÓN Y APOYO TÉCNICO-PROFESIONAL A LOS COORDINADORES DE CADA UNO DE LOS GRUPOS EXPORTADORES

3.1- Colaborar en la búsqueda y selección del coordinador / gerente para los Grupos de Córdoba y Villa María – Marcos Juárez conjuntamente con la Agencia ProCórdoba SEM

El Grupo EXINCO designó un Coordinador / Gerente, en cuyo proceso de búsqueda colaboramos. La persona designada es el Lic. Daniel Racca, quien se desempeña a la vez como gerente de la Cámara de Industriales Metalúrgicos y Componentes de Córdoba (CIMC)

En el caso del Grupo Villa María, lo hicimos en el proceso de búsqueda y selección. En este caso la persona desiganada es Lic. Federico Villareal, quien es consultor de empresas en Comercio Exterior en Villa María.

4. SEGUIMIENTO Y CONSOLIDACIÓN DE LOS CONTACTOS REALIZADOS EN LA MISIÓN COMERCIAL INVERSA DE BRASIL Y MÉXICO Y RONDA INTERNACIONAL DE NEGOCIOS EN EL MES DE JUNIO DE 2004.

4.1 – Colaboración con los Grupos exportadores en la concreción de negocios a partir de los contactos realizados en Córdoba con las empresas de Brasil y México.

A partir del mes de Abril una vez comenzada la tercera etapa, se retomaron los contactos con las empresas de Mexico y Brasil. Sintetizándose los resultados en una encuesta enviada por mail que transcribimos a continuación:

1. ¿Ha realizado algún contacto posterior a la misión con empresas argentinas?

2. En caso afirmativo, puede indicar con cuáles o al menos con cuántas y de qué provincia.

3. ¿Se ha logrado cerrar algún negocio concreto?

4. En caso afirmativo, puede indicar volúmenes de negocios

5. ¿Qué perspectivas tiene en relación a futuros negocios con empresas argentinas?

6. En caso de no haber concretado negocios, podría indicar las razones por las cuáles no se han logrado.

Los resultados / respuestas de la misma fueron los siguientes:

<u>Empresas de México</u>

Distribuidora Autoindustria SA de CV

1- Si

2- Telefij de Córdoba

3- No

4- ----------

5- Interesan otros productos

6- Si bien las muestras enviadas eran de excelente calidad, no fue posible la concreción de negocios pues el precio quedaba elevado principalmente por la incidencia de los recargos arancelarios

Servicios y Distribuifores de Autopartes SA de CV

1- Si
2- Giacomelli de Córdoba, Jaime Serrat de Rosario
3- Si
4- Aproximadamente U$S 40 mil
5- Buenas
6- Otras operaciones se han frustrado por desfasaje en los precios originados en los altos aranceles

Corporación RAMA SA de CV

Desde la anterior misión comercial inversa, hemos iniciado relaciones comerciales en forma continuada con cinco empresas, dos de Rafaela y tres de Bs As. De las mismas dos fueron contactadas en la ronda de negocios de Córdoba

Distribuidora Sagaji SA de CV

Presidente : se encontraba de viaje
Responderán a su regreso

Flat SA de CV

Está comprando diafragmas de embraggues a la firma Castello Luchi de Casilda Sta. Fe
Tiene interés en comprar masas para tracción delantera y trasera. Los contactos logrados tienen precios altos agravados por los aranceles

ARESA refacciones SA de CV

Presidente: se encontraba de viaje

Responderán a su regreso.

Empresas de Brasil

Aupecas Castro

1- Si
2- TMR de Laguna Larga – Córdoba, Juntas Taranto de Buenos Aires
3- Si
4- El empresario reserva la información
5- Positivas
6- En muchos casos por precios altos

Cia Rede Ancora Imp. Exp. e Distrib. de Autopecas

1- Si
2- Eduardo Perez Hnos. SA de Córdoba – Jorge Maciel de San Francisco (Cba.)
3- Sí
4- Año 2004 – US$ 84 mil
5- Intención de seguir ampliando proveedores
6- Tenemos interés en otros productos, pero no los precios no son convenientes

5. ACCIONES DE PROMOCION COMERCIAL

5.1- Colaborar en el diseño y direccionamiento de la página web institucional de cada grupo, en la elaboración de folletería y material promocional (muestras).

Estamos en contacto con dos agencias de publicidad – VAIRA IMPRESIONES S.A. y SIETE Y MEDIA, a fin de que las mismas elaboren una propuesta de página web institucional de cada grupo, así como también folletería, en base al catálogo electrónico elaborado en abril de 2004.

5.2 - Colaborar en conjunto con el CFI y la Agencia ProCórdoba SEM en la Planificación y organización de ferias internacionales y misiones comerciales a /de Brasil y México.

Los Grupos propusieron algunas alternativas de participación en ferias internacionales en Brasil y México. Tal como fue adelantado en el Primer Informe de Avance, los grupos propusieron una misión comercial que aprovechando la proximidad de las fechas de las Ferias AUTOMEC y PAACE permitiera la visita a ambas en un periplo de 9-10 días de duración (aproximadamente desde el 6 al 15 de Julio). Asignándole más días a la feria PAACE puesto que estaríamos a través de ARIDRA presentes en la exposición, lo que permitiría a los empresarios que asistan a la misma tomar contacto con los posibles interesados. Para esto, también se gestionaría el apoyo de la Agencia PROCORDOBA y el CFI.
Dado que el CFI priorizó las misiones comerciales inversas y la participación en ferias comerciales, antes que las visitas a estas ferias, presentamos a los grupos una nueva propuesta que consiste en:
Participación en Feria Rujac (Guadalajara - México) y ronda de Negocios en México DF (con la colaboración de la Cámara ARIDRA para la organización de la misma que agrupa a gran número de importadores / distribuidores autopartistas de México):
Fecha de inicio feria: 31 de Agosto
Finalización feria 02 de Septiembre de 2005
Ronda de Negocios en DF : 5 y 6 de Septiembre
Se reservaron 3 stands a la Fundación Export.Ar , uno de ellos en una esquina . Estos stands albergarían a 12 empresas autopartistas principalmente de los grupos exportadores, completándose con empresas del sector de Córdoba en caso de faltar expositores.
Se realizaron reuniones con los Grupos Exportadores en cada localidad a los fines de informar sobre el evento e invitarlos a participar del mismo.

6. ACCIONES COMERCIALES Y DE MARKETING:

6.1- Elaborar la mejor mezcla comercial para cada binomio producto - mercado seleccionado.

En base a lo conversado con cada grupo exportador en las reuniones mantenidas, se definieron algunas estrategias de la mezcla comercial para cada país seleccionado:

Analisis de las necesidades del mercado: binomio producto - mercado

Un plan de marketing supone una estrategia de mercado, esto es: la selección de un segmento de mercado para satisfacer mejor que nadie una necesidad específica por medio de un producto, un precio y determinados canales de distribución, con el apoyo de una mezcla de promoción.

Paso1: **Análisis de la competencia**	a) Listado de competidores: b) Atributos de los productos/servicios, marca, etc.: c) Presentación, embalaje d) Precio, condiciones de venta e) Estructura y forma de distribución f) Comunicaciones publicitarias, promoción g) Estrategia comercial
Paso 2: **Análisis de la propia línea de productos/servicios, marca, etc.**	a) Atributos de sus productos/servicios, marca, etc.: b) Presentación, embalaje c) Precio, condiciones de venta d) Estructura y forma de distribución e) Comunicaciones publicitarias, promoción f) Estrategia comercial
Paso 3: **¿Cuáles son las diferencias sustanciales?**	a) Atributos de sus productos/servicios, marca, etc.: b) Presentación, embalaje c) Precio, condiciones de venta d) Estructura y forma de distribución e) Comunicaciones publicitarias, promoción f) Estrategia comercial
Paso 4: **Definición del segmento de mercado-objetivo de**	a) Características del propio segmento de mercado-objetivo

su empresa	b) Necesidades, expectativas, deseos a satisfacer c) ¿Dónde utiliza su producto/servicio? d) ¿Cuándo utiliza su producto/servicio? e) ¿Por qué (beneficio) utiliza su producto/servicio? f) ¿Cómo compró su producto/servicio? g) ¿Qué cambios en las necesidades/expectativas respecto de su producto/servicio están experimentando sus clientes?
Paso 5: **Diferencias con el segmento de mercado-objetivo de su competencia**	a) Características del segmento de mercado-objetivo de la competencia b) Necesidades, expectativas, deseos a satisfacer c) ¿Dónde utiliza el producto/servicio de sus competidores? d) ¿Cuándo utiliza el producto/servicio? e) ¿Por qué (beneficio) utiliza el producto/servicio? f) ¿Cómo compró el producto/servicio? g) ¿Qué cambios en las necesidades/expectativas respecto de los producto/servicio de sus competidores están experimentando los clientes?
Paso 6: **A partir de las diferencias competitivas identificadas en los pasos anteriores se elaborará un plan de acción para posicionar las propias fortalezas.**	

GRUPOS DE PRODUCTOS

Los productos o servicios elaborados por las empresas integrantes de los Grupos se pueden ordenar en cinco grupos:

1. FRENOS

Discos de freno, mazas delanteras, brazos traseros, bombas de aceite.

Cables flexibles

Autopartes de goma y goma – metal

2. MOTOR

Autopartes de goma y goma – metal

Pistones

Bulones, prisioneros y espárragos

Mecanizado

Resortes y muelles

Poleas de fundición gris p/automotores

Bombas de aceite

Bombas de agua

Engranaje para cigüeñal

Engranajes de distribución

Tensores para correas

Radiadores

3. TRANSMISION

Engranajes de caja y diferencial

Autopartes de goma y goma – metal

Bulones, prisioneros y espárragos

Fundición de aluminio

Mecanizado

Resortes y muelles

4. ELECTRICIDAD Y ENCENDIDO

Llaves de un punto, inversoras (eléctricas), módulo de encendido y apagado automático de luces bajas.

Tapas p/ alternadores y cubre Bendix del automotor.

Equipos electrónicos

5. MISCELANEAS

Construcción de matrices y dispositivos

Equipos para movimiento de cargas

Matricería, dispositivos

Criques, carretas bateas bajatalones, desmontadoras y demás máquinas y herramientas p/ gomerías

Poliuretano inyectado

Las herramientas del marketing (*marketing mix*)

1. Definiciones del proceso

Se denomina *marketing mix* al conjunto de variables controlables por las propias empresas integrantes de los grupos. Este conjunto de variables permite alcanzar el nivel de ventas esperado en el segmento de mercado elegido.

Comúnmente conocidas como las "4 P" (**p**roducto/servicio, **p**recio, **p**romoción/comunicaciones, **p**laza/distribución) estas variables son las que le permiten a las empresas alcanzar los objetivos del plan de marketing.

La creación del *marketing mix* tiene su punto de partida en la identificación y análisis del segmento de mercado de clientes-objetivo. Para que la elección de las variables controlables por las empresas sean acertadas, habrá que "comprender" qué esperan los integrantes de este segmento, cuáles son las expectativas o necesidades insatisfechas y cuál será la acción de la competencia.

El hecho de ser "controlables" implica que serán las empresas las que decidan el perfil, alcance y/o valor de cada una en relación al conocimiento de sus clientes.

Todas las variables influyen entre sí. Por tal motivo, cada una tendrá una estrecha relación con las otras tres. De modo que al establecer una de las variables, los responsables de marketing de las empresas deben tener en cuenta las demás.

Ejemplos:

- Un producto que puede satisfacer segmentos de mercado con bajo nivel de exigencia, por lo general, deberá tener un precio bajo en la percepción de los compradores, canales de distribución comunes y comunicaciones que lo posicionen en la preferencia de los clientes buscados.

- Si por el contrario se orienta a compradores sofisticados y de alto nivel de exigencia, el precio será elevado en términos comparativos, los canales de distribución serán selectivos y las comunicaciones deberán ser coherentes con el posicionamiento elegido.

Las empresas que hayan decidido relacionarse con su mercado-objetivo implementando métodos digitales ofrecen a los clientes una relación "uno a uno" y gran cantidad de información para que puedan tomar la decisión de compra en solitario.

2. Las variables del marketing mix *o "4 P"*

Analizaremos cada una de dichas variables.

2.1. El producto o servicio

En el caso de los productos o servicios elaborados por los Grupos Exportadores, los mismos pueden estar terminados y listos para que el consumidor los utilice o también pueden participar de algún proceso de elaboración de otro producto o servicio en colaboración con laguna empresa del exterior.

Para la definición del producto o servicio se deberá considerar:

- Características físicas o de presentación:
  - ¿Cómo es?
  - ¿Cómo está presentado?: embalaje, envase o packaging.

- Características funcionales:
  - ¿Cómo se opera/utiliza?
- Prestaciones inherentes:
  - ¿Para qué sirve?

Esta información deberá estar especificada en la folletería, en el packaging o envase y en la página web.

- Marca:
  - ¿Denomina al producto/servicio?
  - ¿Permite su identificación?

Tener en cuenta la necesidad de registro de la marca en los países de destina.

- *Co-branding*:
  - Marcas que se potencian con acción comercial conjunta: En este caso se deberá analizar la posibilidad de trabajar con la marca del distribuidor extranjero.

Es muy importante tener en cuenta que un consumidor rara vez comprará un producto/servicio por lo que es (sus características), sino por lo que hace o le brinda (beneficios). Son las características o los atributos los que generan los beneficios buscados por el cliente, de ahí la necesidad de que en la comunicación al cliente estos beneficios sean bien destacados.

2.2. Precio

El **P**recio es otra de las variables del marketing, controlable por la propia organización que contribuye al logro de los objetivos del plan de marketing.

Un producto o servicio puede privilegiar al precio frente a las demás variables. Será así como las demás definiciones (características y prestaciones, promoción

y comunicaciones en general, y distribución) se condicionarán a los factores del precio.

En un entorno tan competitivo como es el del mercado de autopartes, esta variable es de fundamental importancia.

La estrategia de fijación de precios está condicionada por las demás variables del *marketing mix* y por diferentes factores:

- Factores internos:
  - los objetivos del producto/servicio y de rentabilidad de la empresa
  - la estrategia de marketing
  - los costos
  - el posicionamiento
  - el ciclo de vida del producto/servicio
- Factores externos:
  - perfil del mercado-objetivo
  - la competencia
  - características actuales y proyectadas del entorno

Los costos del producto/ servicio establecen el "umbral" mínimo del precio a fijar. Los precios que cobran los competidores es otro de los factores a tener en cuenta al momento de fijar el propio precio.

Si los competidores fijan un precio menor, la empresa deberá decidir una reducción de los márgenes esperados, una optimización de los factores determinantes de sus costos, dotar a su producto/servicio de valores adicionales o un conjunto de todos estos elementos.

Es importante observar la estrecha relación entre los propios costos con el precio que el mercado acepta y los precios cobrados por los competidores, por lo que la determinación del PRECIO FOB y CIF de cada uno de los productos es fundamental.

Ciclo de vida

Los precios que una empresa pretende cobrar por sus productos y servicios tienen estrecha relación con el momento del ciclo de vida en que se encuentren.

Teniendo en cuenta que las autopartes son en general productos que están en la etapa de madurez, una de las características de esta etapa es que, dependiendo de las barreras de acceso al mercado, el comprador tiene una buena cantidad de marcas para elegir y buena calidad de prestaciones.

Algunos productos, sobre todo en el mercado de reposición están en la etapa de declinación. En esta etapa, desde el punto de vista de la distribución, comienzan a especializarse los canales para optimizar los costos influenciados por los bajos volúmenes. En general, es crítico en esta etapa controlar y bajar los costos.

Es a través de los nuevos canales (especialmente Internet) que la variable precio es cada vez más transparente para el cliente, toda vez que el mismo productor ofrece a sus clientes la oportunidad de hacer compras directas con ventajas económicas.

Las ventajas económicas surgen de transferir al cliente buena parte de los costos de distribución, cambiando la estrategia de precios que se utilizaba en los sistemas convencionales.

2.3. Las comunicaciones integradas con el mercado-objetivo

Generalmente denominada **P**romoción, es otra de las variables controlables del *marketing mix*.

En realidad es el conjunto de acciones de marketing que juntamente con la promoción aseguran que el segmento de mercado-objetivo disponga del máximo de información posible acerca del producto o servicio.

Estas acciones son las que relacionan a la organización y sus productos o servicios con sus clientes. La promoción es una de ellas de la misma forma que la publicidad, prensa, acciones de venta, eventos, congresos, etc.

En ese sentido se deberá coordinar las acciones promocionales, de modo de aumentar el impacto en los clientes y potenciar su efecto a través de la sinergia entre las diferentes acciones que tiene a su disposición.

Los costos actuales de los medios de comunicación masiva (TV abierta, diarios de circulación nacional) tienen un costo demasiado alto para los productos que nos ocupan, por lo que las empresas deberán reemplazarlos por otros recursos (diarios y revistas especializadas), que permitan hacer llegar la información de impacto necesaria a sus clientes.

El denominado "marketing de base de datos" permite ser muy preciso en el contacto con los clientes deseados y, por lo tanto, eficiente en el uso de los recursos económicos.

La promoción propiamente dicha es una actividad o acción comunicacional que incide sobre el comportamiento del cliente, ayudando a construir y mantener sólidas relaciones. El diseño de un plan promocional requiere de un pensamiento estratégico y, naturalmente, la mayor creatividad posible.

El verdadero objetivo de una promoción consiste en proporcionar a un segmento de consumidores un incentivo o una razón adicional para tomar la decisión de comprar su producto/servicio. A través de una promoción, la organización busca un crecimiento en las ventas en el corto plazo o impulsar la prueba del producto o servicio.

La promoción a consumidores finales del producto o servicio se comunica en los medios masivos, los puntos de venta o circulación, mientras que las promociones empresa-empresa se realizan mediante contactos personales, telefónicos, etc. y/o por medios selectivos para acceder precisamente a los compradores-objetivo.

Tal como dijimos, un plan promocional requiere de una planificación estratégica. En tal sentido, toda vez que se planifica una promoción será necesario tener una clara y concreta definición de lo que se espera de ella.

En algunos medios es común encarar acciones promocionales esperando una "reacción favorable" por parte de los clientes, sin precisar ni cuantificar el alcance de esa reacción positiva esperada. Para ser exitosas las acciones promocionales deben determinar con total claridad qué se espera de ellas.

De este modo los costos asociados a toda promoción serán consistentes con el objetivo esperado, recordando en todo momento que este impulso adicional que se otorga a las ventas no se proyecta en el tiempo. Es decir que al ser de corto plazo, una vez finalizada la promoción, su efecto se extinguirá rápidamente.

Conocer anticipadamente qué se espera de una promoción también permite al responsable de marketing evaluar la efectividad de la acción realizada.

Los objetivos promocionales deben especificar qué se espera, además de ser consistentes con los institucionales y de marketing. Por lo tanto deben:

- ser específicos
- medibles
- comprobables
- y además, especificar claramente:
    - su fecha de comienzo y finalización
    - los lugares donde se llevará a cabo
    - el segmento de clientes al que se dirige
    - los colaboradores involucrados
    - los costos de la promoción,
    - la expectativa de ventas asociada,
    - el método de medición y control.

Una promoción se realiza por diferentes razones, sin embargo, las habituales son:

- Estimular la demanda en el corto plazo.
- Reaccionar ante caídas de ventas.
- Impulsar la prueba del producto o servicio.
- Apoyar la venta de la red comercial.
- Llamar la atención del público-objetivo.
- Identificar clientes potenciales (*prospectos*).
- Retener clientes actuales.
- Compensar acciones promocionales de los competidores.

Los recursos más frecuentes utilizados en una promoción son:

- Publicidad.
- Ventas personales, telefónicas, por correo, por Internet, en revistas, etc.
- Relaciones públicas e institucionales (ferias y exposiciones, eventos, charlas informativas).

La intangibilidad de los servicios determina en muchos casos una estrategia de promoción específica y diferente a la que se utilizaría en el caso de un producto. Muchas veces es muy difícil describir un servicio en un anuncio publicitario u ofrecerlo en prueba promocional en algún punto de venta.

Por este motivo, es frecuente que la promoción de un servicio se apoye en soportes tangibles que lo simbolicen, aunque muchas veces no tenga relación con el servicio mismo. Estas asociaciones o símbolos se utilizan al sólo efecto de contribuir a la comprensión de las características, atributos, imagen mental y/o beneficios esperados por parte de los clientes. Ejemplo: Un llavero con una pequeña palmera, para promocionar a una agencia de viajes al Caribe.

2.4. La distribución

Luego de haber dotado al producto o servicio de las características y prestaciones que satisfagan las necesidades de los integrantes del segmento de clientes-objetivo, de haber fijado el precio apropiado y de haberlo comunicado efectivamente, la última de las herramientas o variables del *marketing mix* es la distribución. Esta es la cuarta P de la regla nemotécnica (Distribución: **P**laza).

Consiste en poner el producto o servicio "en manos" del cliente. Es la transferencia de un bien o servicio de quien los produce hacia el usuario o comprador.

De la misma forma que en el caso de las tres variables anteriores, la estrategia de distribución que elija una empresa dependerá de las características del producto, su precio y las acciones comunicacionales que se implementen. Es decir que esta variable también está fuertemente relacionada con las anteriores.

Es así como el responsable de marketing de una empresa deberá crear e implementar un plan de distribución que cumpla con el objetivo de facilitar el acceso del mercado-objetivo a su producto/servicio.

La distribución se lleva a cabo a través del denominado "canal de distribución" integrado por organizaciones o individuos que conducen el flujo de productos o servicios desde quien lo elabora o genera hasta quien lo consume.

Desde la óptica de la empresa, la elección del canal a utilizar depende esencialmente de dos factores:

- La relación costo/beneficio o costo/volumen de cada alternativa de llegada hasta el cliente:
    - cuánto cuesta operar un determinado canal en términos de rentabilidad;
    - qué volumen puede derivarse por su intermedio.
- El grado de control que proporciona cada canal, en términos de:
    - calidad de servicio;

- precios al usuario relativamente homogéneos;
- grado de cobertura necesaria,
- imagen, etc.

El canal de distribución puede ser directo o "corto", es decir, entre el productor y su cliente existe no más de un nivel de intermediación. Mientras que otras estrategias de distribución, por la naturaleza del producto/servicio, se incluyen varios niveles de intermediarios.

Estos niveles de intermediación están formados por distribuidores, mayoristas, revendedores, minoristas o representantes.

Como dijimos, su objetivo es que el segmento de mercado de una organización tenga el producto o servicio que esta organización produce, en el momento y lugar que lo desee al momento de estar dispuesto a tomar la decisión de comprarlo.

Muchos intermediarios realizan algún tipo de agregado o modificación al producto o servicio entre la salida del elaborador y la transferencia al comprador. Estas transformaciones permiten "afinar" el producto a las necesidades o expectativas de un determinado segmento del mercado-objetivo (nicho) aumentando su satisfacción.

Otros intermediarios por su parte ofrecen asistencia técnica para facilitar al cliente el uso del producto/servicio adquirido, agregando de esta forma valor al que salió del productor.

Una de las aspiraciones o deseos de los compradores es que el canal de distribución tenga la menor cantidad de intermediarios posible como una forma de reducir el precio final. En algunos casos, esta eliminación de niveles intermedios puede disminuir la calidad del servicio que se recibe.

Será una decisión crítica del profesional de marketing mantener en su canal de distribución una cantidad exacta de niveles que aseguren la satisfacción del cliente y que optimice la relación costo/beneficio.

En definitiva, el canal de distribución tiene la finalidad de sumar esfuerzos a favor de la satisfacción de los intereses y necesidades del cliente, manteniendo los costos en el nivel competitivo.

La cobertura del mercado

Las empresas deberán incluir en su estrategia de distribución cuál será el alcance de la cobertura que necesita.

- Distribución intensiva: los productos o servicios deben estar en todos los puntos de venta disponibles en el área geográfica elegida y según los hábitos de vida y compra de sus clientes.

- Distribución selectiva: los productos o servicios deben estar disponibles solamente en algunos de los puntos de venta del espacio geográfico elegido.

- Distribución exclusiva: los productos o servicios solamente estarán en muy pocos puntos de venta de la zona elegida. Esta estrategia es especialmente utilizada con productos o servicios de compra poco frecuente o que requieren de una interacción entre el comprador y un representante de la empresa que le permita informar, capacitar, orientar o hacer demostraciones al cliente.

7. LOGISTICA INTERNACIONAL:

7.1- Diagnóstico y relevamiento de la Gestión Logística Internacional de cada uno de los Grupos.

El presente trabajo tiene como objetivo la identificación, análisis, diagnóstico y optimización de la gestión de la Cadena de la Distribución Física Internacional de los distintos productos de los Grupos Exportadores que contribuye a la reducción del Costo Logístico Global y a una mejora en la competitividad de las empresas que los integran .

Podemos decir que el comercio internacional en la década de los años 90 y a

partir del año 2000 implicará que los bienes lleguen a las manos de los consumidores con una composición diferente en su valor agregado y consecuentemente las empresas están prestando una mayor atención al precio de los bienes comercializados internacionalmente en el lugar de consumo.

Dicho valor agregado está compuesto en una gran parte por los costos de los servicios logísticos que se requieren para trasladar los productos de sus lugares de producción a su destino final en el mercado exterior. El costo de distribución solamente es mayor que los costos de producción y comercialización sumados en una operación de exportación. Por lo tanto la sumatoria de todos los costos involucrados constituye el costo logístico y su optimización es un factor determinante para la competitividad de las empresas y la rentabilidad de las ventas.

En la actualidad el comercio internacional se ha convertido en un instrumento de crecimiento sin precedentes y en un mecanismo importante para la integración de los países dentro de la economía mundial globalizada, en ese contexto, la logística se conviene en la estrategia más idónea para mejorar la eficiencia y efectividad de las empresas, incrementando su competitividad v de esta manera hacerla partícipe de los beneficios que este cuadro mundial ofrece.

El uso de técnicas adecuadas en la producción y comercialización se muestran insuficientes para alcanzar los niveles de competitividad que los bienes requieren para competir en un mercado internacional en el que cada día hay mas abastecedores con quienes competir.

Las ventajas comparativas que tenga cada empresa de los grupos exportadores tendrán que estar complementadas por las ventajas competitivas para poder atender y satisfacer las necesidades de los clientes y consumidores justo a tiempo (JAT) y con calidad total (CT).

Es indispensable ante este desafío, que en la actualidad las empresas pymes de los distintos grupos realicen con el apoyo y asistencia del sector gobierno, un gerenciamiento logístico global en el que se aplique una estrategia que coordine en forma conjugada la gestión de la producción con la de comercialización y en especial con la distribución física, para que en esta forma puedan operar y competir exitosamente consolidando y expandiendo su posición en los mercados, y optimizando la rentabilidad de su transacciones comerciales.

Actualmente esto es lo que se denomina dentro del contexto descrito la gestión de la Logística Comercial Internacional (LCI).

Por último cabe comentar que la competencia extranjera impone una reingeniería de la manera en que los recursos son utilizados, conforme los países se convierten en más interdependientes y sus economías más interligadas.
La elección de los consumidores en la actualidad está mayormente dirigida hacia aquellos bienes y productos que ofrecen la mejor relación calidad / precio / valor agregado que refleja cuan competitivos son cuando llegan al mercado.
La tradicional dependencia en las ventajas comparativas existentes a saber, recursos naturales, bajo costo de ciertos servicios e insumos de producción, como por ejemplo mano de obra solo contribuyen en parte con los requisitos necesarios para competir en el mercado internacional.

La ventaja competitiva, por otra parte, representa la capacidad de la empresa que trabaja en el negocio del comercio internacional para competir, cuando atiende a sus clientes extranjeros, con el menor costo, tiempo, riesgo y la mejor calidad de servicio en relación con otros abastecedores. Poner en práctica una buena gestión del sistema de LCI para las transacciones comerciales externas es un poderoso instrumento empresarial para lograr ventajas competitivas, diferenciarse y agregarle valor al producto para los clientes externos.

Desde su aparición como un área emergente hasta su ulterior desarrollo como un sistema en años recientes, numerosas definiciones se han formulado sobre la LCI. En el caso de asuntos comerciales y transacciones de comercio exterior que se llevan a cabo en la esfera internacional, la definición siguiente involucra conceptos enunciados por teóricos y prácticos:

"La LCI es un sistema que engloba las operaciones que se requieren para llevar adelante una transacción de comercio internacional, llenando la brecha espacial y de tiempo entre la producción y el consumo, a través de la gestión del flujo de bienes e información (documentación) que relaciona las funciones de producción (productos), comercialización

(mercaderías) y distribución (carga) establecida por los exportadores, y los prestatarios de servicios" (empresas de transporte internacional de cargas, couriers, bancos, compañías de seguros, operadores de depósitos fiscales y privados, operadores portuarios, zonas francas, despachantes de aduana, empresas certificadoras de calidad, etc) .

Una vez definida la Estructura básica con los elementos de la Logística Comercial Internacional y los Parámetros básicos de la Cadena De la DFI se procederá a identificar a los distintos componentes del costo que intervienen en la cadena de la Distribución Física Internacional de los productos a ser exportados por las empresas de los Grupos en orígen, tránsito internacional y destino, analizando también la variable : " tiempos de tránsito" en cada una de las etapas.

En el marco de este proyecto / estudio, para el análisis, diagnóstico y relevamiento de la gestión logística internacional de los distintos grupos esportadores, se tendrá que efectuar con la visión consensuada entre los Sectores Públicos y los Sectores Privados de la **Cadena Productiva Autopartista**, donde se tendrán qque analizar las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas (FODA) y la definición de los aspectos dinámicos y estratégicos de la **Cadena** . Esto se realizará de una manera enunciativa y sintética que permita realizar un diagnóstico general de situación que permitan elaborar propupuestas superadoras para cada una de las empresas de los grupos, brindándoles las herramientas básicas para mejorar la gestión logística internacional, ya que un estudio más profundo sobre el tema excedería los límites y objetivos de este proyecto

En este marco planteado, el **sector público**, le cabe la función de agente regulador y promotor del desarrollo económico, mediante la adopción de políticas y la creación de instrumentos que faciliten la tarea que le cabe a las empreas y los grupos exportadores, apoyando a que los mismos mantengan su competitividad en el mercado y, cuando esto sea logrado, que los beneficios sean distribuidos a toda la sociedad, contribuyendo para mejoras sociales, económicas y ambientales.

Se determinó que para poder realizar un diagnóstico y evaluar el desempeño y la performance de la Gestión de la Logística Internacional , se tiene que definir los parámetros básicos (costos, tiempos, riesgos, calidad de servicio), y se elaborará un marco teórico de matrices que incluyen dichas variables cualitativas y cualitativas para los distintos productos / grupos de productos de los Grupos exportadores

El negocio del comercio internacional, implica la realización de tres actividades principales de gerenciamiento:

- La producción de los bienes a ser comercializados
- La exportación de bienes e insumos intermedios
- La importación de bienes para uso ó consumo directo ó como insumos industriales.

Estas tres actividades son ejecutadas a través de las tres funciones más importantes del sistema de la LCI (Logística Comercial Internacional) de cualquier empresa que trabaja en Comercio Exterior a saber:

1) La producción orientada a la exportación
2) La comercialización internacional
3) La Distribución Física Internacional (D.F.I.)

La DFI es la serie de operaciones necesarias para viabilizar el traslado físico de un producto desde el local del exportador hasta el local importador. Esto constituye "la cadena de distribución física"; en la cual cada operación requiere la contratación de un servicio, lo cual representa un componente de costo que puede ser directo o indirecto, a saber:

- Directos: embalaje, etiquetado, documentación, unitarización, manipuleo, seguro, transporte, almacenaje aduanero, bancario y agentes;
- Indirectos: administrativos y capital (inventario).

El objetivo de este estudio es definir una metodología para analizar los parámetros de costos y tiempo de la DFI y que pueda ser utilizada como

instrumento en la toma de decisión del empresario exportador o importador. La utilización del método propuesto facilitará la elección de la cadena óptima de la DFI y el estudio podrá tener un enfoque ex-ante o ex-post.

La estructura de la metodología se basa en tres elementos principales. El primero es la lista de las características más importantes del embarque, seguidamente una detallada definición de cada componente de costo de la cadena de la DFI, y finalmente una descripción de las matrices que cuantifican los parámetros de costo y tiempo de las posibles cadenas de DFI.

Descripción de las matrices de costo y tiempo

El enfoque comparativo para el estudio de costos de la DFI para un embarque específico a un mercado específico, requiere como información de base, las siguientes cotizaciones de precio para cada uno de los tipos de análisis propuestos por la metodología. Dichos precios pueden obtenerse del exportador e importador respectivamente.

- Análisis ex-post: el precio EXW en el local del exportador (calculado sobre la base del costo de producción más un margen de utilidad) y el precio DDP en el local del importador. Este tipo de análisis se puede aplicar para el estudio de exportaciones o importaciones que se realizan actualmente.

- Análisis ex-ante: el precio DDP en el local del importador (tomando como referencia el precio de los abastecedores que son competitivos), del cual se deducirán cada componente de costo de la DFI con el objeto de calcular el precio EXW en el local del exportador.

Teniendo en cuenta la complejidad de la operación de la DFI y la diversidad de los diferentes componentes del costo de la DFI, esta metodología formula la estructura de un conjunto de matrices basadas en los siguientes criterios:

a) Las porciones geográficas en la cual se desarrolla la parte

correspondiente de la DFI:

país exportador,
tránsito internacional,
país importador.

b) Los modos de transporte usados más frecuentemente en cada una de las porciones geográficas de la DFI:

carretero,
ferroviario,
aéreo,
marítimo,
multimodal.

b) La incidencia de los componentes del costo según sean endógenos o exógenos a la DFI, es decir:

directos,
indirectos.

d) La secuencialidad en que ocurren las etapas de la cadena de DFI.

e) La duración de cada una de las operaciones de la cadena de DFI.

Los cinco criterios descritos están correlacionados entre sí y su ocurrencia varía en cada una de las matrices.

1. Matriz de costos y tiempos en el país exportador

Esta matriz se diseñará para analizar las operaciones necesarias para conducir el producto desde el local del exportador hasta el punto de embarque internacional

La matriz incluye en su estructura los parámetros de análisis siguientes:

- Los modos de transporte más usados son el carretero y el ferroviario con camión y vagón parcial o completo respectivamente.

Tanto el cabotaje marítimo como el aéreo se han considerado integrante del modo de transporte marítimo y aéreo respectivamente en la porción de tránsito internacional.

Los componentes del costo son los siguientes:

directos: embalaje, etiquetado, documentación, unitarización, consolidado, contenedorización, manipuleo en el local del exportador, seguro, transporte, almacenaje, manipuleo en el lugar de embarque, aduanero, bancario y agentes.

indirectos: administrativos y capital (inventario).

2. Matriz de costos y tiempos en el tránsito internacional

Esta matriz se diseñará para analizar las operaciones necesarias para conducir el producto desde el punto de embarque internacional en el país exportador, hasta el punto de desembarque internacional en el país importador

La matriz incluye en su estructura dos parámetros de análisis:

- Los modos de transporte en este caso pueden ser: carretero ferroviario, aéreo o marítimo. En el carretero y ferroviario se han considerado camión y vagón parcial, y completo respectivamente. En el aéreo se ha incluido el servicio regular y el arrendado (charter); en el marítimo se incluye el servicio regular, conferenciado y el no

conferenciado (outsider), así como el ser eventual (tramp).

Los componentes de costo son los siguientes:

directos: manipuleo en el lugar del embarque, seguros, flete marítimo, almacenamiento, manipuleo en el lugar del desembarque y agentes.

indirectos: capital (inventario).

3. - Matriz de costos y tiempos en el país importador

Esta matriz se diseñará para analizar las operaciones necesarias para conducir el producto desde el punto de desembarque internacional hasta el local importador

La matriz incluye en su estructura dos parámetros de análisis:

- Los modos de transporte más usados son el carretero y el ferroviario, con camión y vagón parcial o completo respectivamente.
- Los componentes de costo son los siguientes:

  directos: manipuleo en el lugar de desembarque, almacenamiento, seguro, transporte, manipuleo en el local del importador, desunitarización / desconsolidación / descontenedorización, documentación, aduanero, bancario y agentes;

  indirectos: administrativos y capital (inventario).

4.- Matriz global de costos, tiempos, riesgos y calidad de servicio de la cadena de la DFI

Se diseñará una matriz global para visualizar la totalidad de los componentes de costo y tiempo, riesgos y calidad de servicio analizados en cada una de las

matrices ya descriptas, agregándose estas últimas dos variables.

Generalmente, el producto se carga en el local del exportador en un vehículo de transporte carretero y por analogía también se ha supuesto que se carga en el local del importador desde un vehículo de transporte carretero.

La matriz global incluye los siguientes elementos en la estructura de la cadena de DFI :

a) Las diferentes combinaciones de MODOS DE TRANSPORTE

- Transporte carretero en el país exportador con las distintas alternativas de modo de transporte en el tránsito internacional y en el país importador, a saber:

Aéreo / carretero (A / C)
Carretero / carretero (C / C)
Ferrocarril / carretero (F / C)
Marítimo / carretero (M / C)
Ferroviario / aéreo / carretero (F / A /C)
Ferroviario / carretero / carretero (F / C / C)
Ferroviario / ferroviario / carretero (F / F / C)
Ferroviario / marítimo / carretero (F / M / C)
Aéreo / ferroviario-carretero (A / F-C)
Carretero / ferroviario-carretero (C/ F-C)
Ferroviario / ferroviario-carretero (F / F-C)
Marítimo / ferroviario-carretero (M / F-C)

- Transporte multimodal : en esta columna se expresará el total cotizado por el operador de transporte multimodal (OTM), (agente transitario o embarcador) por la prestación del servicio puerta a puerta.

b) Los componentes del costo, a cargo de quien están, su valor el U$S, de acuerdo a la siguiente denominación:

origen (costos en el país exportador)
tránsito (costos en el tránsito internacional)
destino (costos en el país importador).

c) La duración específica de cada operación de la cadena de DFI (TIEMPO) y la duración total de la cadena. En otras palabras, el tiempo transcurrido durante el traslado del producto entre los locales del exportador e importador.

d) La evaluación del riesgo de cada operación en origen, en el tránsito internacional y en el país importador. Se aplicará un criterio objetivo para cada caso a analizar en base a variables como : tipo de producto, cantidades, destinos, tipo de transporte seleccionado, etc

e) La columna de CALIDAD DEL SERVICIO implica una evaluación objetiva de parte del exportador / importador para cumplir con la regla de oro de la DFI que implica la entrega en tiempo y forma de la mercadería negociada entre exportador e importador a través de un contrato de compra-venta internacional (INCOTERM), al menor costo y con el mínimo riesgo.

DIAGNOSTICO GENERAL DE LA GESTION LOGISTICA INTERNACIONAL DEL SECTOR MATALMECANICO- SUBSECTOR AUTOPARTES

Para el **análisis de la Cadena de la DFI** del sector automotriz-autopartista fue necesario consultar al conjunto de eslabones de toda la cadena de valor: proveedores-fabricantes/productores (empresas de los grupos exportadores de Córdoba)-comercializadores-distribuidores-exportadores asi como también al conjunto de organizaciones y asociaciones que posibilitan el desarrollo del mismo . La intercomunicación entre las empresas productoras y proveedoras de insumos, así como también con aquellas que proveen soporte técnico y otros servicios especiales, facilitará la conformación de un núcleo que podría potenciar las oportunidades y beneficios para ser derramados hacia todo el sector.

De las consultas realizadas en la órbita institucional-Gubernamental de la DFI del sector se desprende lo siguiente :
El Ministerio de Economía y Producción de la Nación y sus secretarías, entre las cuales se destaca la Secretaría de Industria, Minería, Comercio y Pymes son las que tienen un mayor peso para el sector. Desde la misma se definen las

políticas industriales y los acuerdos sobre el **comercio** interior y **exterior** que rigen al sector automotriz en particular.

A su vez, **Cancillería** organiza las relaciones exteriores y los acuerdos específicos con los mercados externos. .

En nuestro país asociaciones de empresarios del sector tales como **ADEFAy AFAC** han participado en los lineamientos generales para la confección de la Política Automotriz Común en el marco del Mercosur.

En el marco provincial, los **Ministerios de Economía y de la Producción,** concientes de la importancia regional del sector, dirigen sus esfuerzos para promover el desarrollo regional a través de diversas medidas que incentivan la producción local y atraen a los inversores extranjeros. Entre algunas de ellas se pueden mencionar los programas / proyectos sectoriales asociativos para PyMEs autopartistas de Córdoba en conjunto con la asistencia técnica, financiera del Consejo Federal de Inversiones (CFI) , diversos programas de empleo que también favorecen al sector, exenciones impositivas, prestación de servicios públicos y disponibilidad de infraestructura específica; entre otros.

Asimismo, existen cámaras y asociaciones empresarias que reúnen a los dirigentes sectoriales tales como la **Cámara de Industriales Metalúrgicos y de Componentes de Córdoba,** y sus pares en San Francisco, Río Cuarto, Rosario y Rafaela. Lamentablemente cada una de ellas intenta organizarse para representar los intereses del sector pero no logran coordinar programas y/o actividades que abarquen al universo de afiliados regionales trabajando en forma asociativa y mancomunada.

La coordinación de actividades se torna dificultosa por la gran variedad de objetivos e intereses dentro de la rama metalúrgica. Se resalta como una debilidad la pobre o inexistente formación de núcleos que permitan trabajar en conjunto para la identificación de los problemas que aquejan al sector en particular y la posterior búsqueda de soluciones comunes que beneficien a todos.

No obstante, se observa una falta de actividades conjuntas, la multiplicidad de esfuerzos en búsqueda de objetivos similares, la escasa interconexión entre las organizaciones del sector y una incipiente pero creciente toma de conciencia de la importancia de trabajar en equipo. La idea central se funda en la sinergia alcanzada al reunir a los empresarios en asociaciones regionales coordinadas

con otras a nivel nacional, junto con los gobiernos provinciales, ministerios y secretarías nacionales además del apoyo técnico de las instituciones educativas y centros de investigación y desarrollo. Pero sin embargo, queda mucho por hacer en este sentido.

8. BARRERAS ARANCELARIAS Y PARARANCELARIAS

8.1- Colaborar con las empresas de los grupos en la reducción / eliminación de los aranceles de importación y otras barreras pararancelarias, en los mercados con los que se opere comercialmente, en conjunto con el Gobierno de Córdoba, CFI, Cancillería y Organismos Internacionales pertinentes.

En el anexo 1, se presentan los aranceles de importación de autopartes de México.

En el Anexo 2, podemos encontrar un artículo aparecido en el diario LA NACION sobre el tema de los aranceles. En dicho artículo se hace mención a las acciones realizadas durante la misión inversa de México, Brasil, Ecuador y Costa Rica, donde los empresarios asistentes firmaron un documento donde se solicitaba la reducción de aranceles, que en el caso de México oscilan entre el 10 y el 15% (sin tener en cuenta las preferencias arancelarias de ALADI).

9. ANÁLISIS Y SELECCIÓN DE NUEVOS MERCADOS

Con el consenso de los grupos se definieron los países de los cuales se invitarán a los operadores comerciales para la Misión Inversa.
Estos países son:
Egipto, Marruecos, Nigeria, Turquía, Emiratos Arabes y Venezuela.
A fin de confeccionar la lista de empresarios extranjeros, se solicitó a las consejerías comerciales de las embajadas de los países seleccionados que nos enviaran un listado de importadores y distribuidores de autopartes.
A partir de esta información comenzaremos la tarea de filtrado y selección de los operadores que mejor se adapten a la oferta exportable de los grupos.
Los criterios que utilizaremos para la selección de distribuidores son:

Surtido de artículos, marcas y modelos, países con los que operan, idioma, tamaño de empresa, etc.

En el anexo 3 encontramos la lista de importadores sugerida por las Consejerías Comerciales de las Embajadas de los países seleccionados y por fuentes propias.

ANEXO 1

Mexico - Chapter 87 - Vehicles other than railway or tramway rolling-stock, and parts and accessories thereof - Copyright March 2005, WorldTariff					
HS Number	**Description**	**MFN Applied**	**Canada**	**EU**	**USA**
8708	PARTS AND ACCESSORIES OF THE MOTOR VEHICLES OF HEADINGS 8701 TO 8705:				
	- Bumpers and parts thereof:				
8708.10.01	- - Bumpers for trolley buses	10%	Free	Free	Free
8708.10.02	- - Bumpers identifiable as being designed solely for agricultural tractors	10%	Free	Free	Free
8708.10.03	- - Bumpers (complete) for exclusive use with vehicles of a seating capacity of up to 10 passengers	15%	Free	4%	Free
8708.10.99	- - Other	15%	Free	4%	Free
	- Other parts and accessories of bodies (including cabs):				
8708.21.01	- - Safety seat belts	15%	Free	Free	Free
	- - Other:				
8708.29.01	- - - Mudguards	10%	Free	4%	Free
8708.29.02	- - - Bonnets	10%	Free	4%	Free
8708.29.03	- - - Running boards	10%	Free	4%	Free
8708.29.04	- - - Sunshades, dashboard trimmings, door panels, arm-rests, head-rests, hat hooks and the like, whether or not padded	15%	Free	Free	Free
8708.29.05	- - - For trolley buses	10%	Free	Free	Free
8708.29.06	- - - For wheeled tractors	10%	Free	Free	Free
8708.29.07	- - - Cowlings	15%	Free	4%	Free
8708.29.08	- - - Bevels	15%	Free	4%	Free
8708.29.09	- - - Trunk lids	10%	Free	4%	Free
8708.29.10	- - - Window frames	15%	Free	4%	Free
8708.29.11	- - - Deflectors, other than of glass, whether or not framed	15%	Free	Free	Free
8708.29.12	- - - Supports or frames for padding	15%	Free	Free	Free
8708.29.13	- - - Identifiable as being designed solely for bonnets	10%	Free	4%	Free
8708.29.14	- - - Tippers	15%	Free	4%	Free
8708.29.15	- - - Bodies for pick-ups	10%	Free	4%	Free
8708.29.16	- - - Padded bonnets and centrally- or laterally-opening roofs and parts thereof, manually or electronically operated	15%	Free	Free	Free
8708.29.17	- - - Pre-formed joints for vehicle bodies	15%	Free	Free	Free
8708.29.18	- - - Identifiable as being designed solely for articles falling within subheading 8701.30.01	15%	Free	Free	Free
8708.29.19	- - - Door assemblies	15%	Free	Free	Free
8708.29.20	- - - Die-cast parts for bodywork	15%	Free	Free	Free
8708.29.21	- - - Security modules for air bags	15%	Free	Free	Free
8708.29.22	- - - Instrument panels, including those with measurement or control instruments, for exclusive use in automobiles	15%	Free	4%	Free
8708.29.23	- - - Retractable mechanisms, its parts and pieces for safety	10%	Free	3%	Free

	belts				
8708.29.99	- - - Other	15%	Free	4%	Free
	- Brakes and servo-brakes and parts thereof:				
	- - Mounted brake linings:				
8708.31.01	- - - For trolley buses	10%	Free	Free	Free
8708.31.02	- - - Identifiable as being designed solely for wheeled tractors	10%	Free	4%	Free
8708.31.03	- - - Identifiable as being designed solely for articles falling within subheading 8701.30.01	15%	Free	4%	Free
8708.31.99	- - - Other	10%	Free	4%	Free
	- - Other:				
8708.39.01	- - - For trolley buses	10%	Free	4%	Free
8708.39.02	- - - Identifiable as being designed solely for wheeled tractors	10%	Free	4%	Free
8708.39.03	- - - Disc-brake mechanisms and parts thereof	10%	Free	Free	Free
8708.39.04	- - - Wheel-cylinders for brake mechanisms; replacement sets for wheel cylinders and for master-cylinders, put up in sets for retail sale	15%	Free	Free	Free
8708.39.05	- - - Identifiable as being designed solely for air brake systems	15%	Free	Free	Free
8708.39.06	- - - Lever drum brakes and parts thereof	15%	Free	4%	Free
8708.39.07	- - - Brake master-cylinders	15%	Free	Free	Free
8708.39.08	- - - Hydraulic drum brakes and parts thereof, other than those falling within subheading 8708.39.04	15%	Free	4%	Free
8708.39.09	- - - Sleeves with joints for hydraulic brakes for motor vehicles	15%	Free	Free	Free
8708.39.10	- - - Boosters for brakes and parts thereof	15%	Free	Free	Free
8708.39.11	- - - Preformed tubes of iron or steel, for braking systems, brazed or coated in any way, of an external diameter of 3.175 mm or more but not more than 9.525 mm and of a wall thickness of 0.450 mm or more but not more than 2.032 mm, put up with their joints, springs and fittings	15%	Free	Free	Free
8708.39.12	- - - Preformed tubes, of copper, of an external diameter of 1.52 mm or more, but not more than 25.4 mm and a wall-thickness of 0.200 mm to 5.08 mm inclusive, put up with their joints, springs and fittings	15%	Free	Free	Free
8708.39.99	- - - Other	10%	Free	4%	Free
	- Gear boxes:				
8708.40.01	- - Identifiable as being designed solely for articles falling within subheading 8701.90.01 or 8701.90.05	10%	Free	4%	Free
8708.40.02	- - Manual gearboxes weighing less than 120 kg	15%	Free	Free	Free
8708.40.03	- - Automatic gearboxes	10%	Free	Free	Free
8708.40.04	- - Manual gearboxes weighing 120 kg or more	15%	Free	4%	Free
8708.40.05	- - Identifiable as being designed solely for articles falling within subheading 8701.30.01	15%	Free	Free	Free
8708.40.99	- - Other	15%	Free	4%	Free
	- Drive-axles with differential, whether or not provided with other transmission components:				

8708.50.01	- - For trolley buses	10%	Free	Free	Free
8708.50.02	- - Identifiable as being designed solely for articles falling within subheading 8701.90.01 or 8701.90.05	10%	Free	Free	Free
8708.50.03	- - Rear, not connected to blocks, identifiable as being designed solely for the goods falling within heading 8703	15%	Free	4%	Free
8708.50.04	- - Identifiable as being designed solely for those falling within heading 8703	15%	Free	4%	Free
8708.50.05	- - Identifiable as being designed solely for articles falling within subheading 8701.30.01	15%	Free	Free	Free
8708.50.06	- - Front drive-axles, other than the goods of subheadings 8708.50.04 and 8708.50.08	15%	Free	Free	Free
8708.50.07	- - Whether or not connected to blocks, with or without brake or drum mechanisms, other than articles falling within subheadings 8708.50.03 and 8708.50.04	15%	Free	4%	Free
8708.50.08	- - Complete differential mechanisms consisting of the gear box and the differential, with or without the half-shaft, and parts thereof, other than those falling within subheading 8708.50.04	15%	Free	4%	Free
8708.50.99	- - Other	15%	Free	4%	Free
	- Non-driving axles and parts thereof:				
8708.60.01	- - For trolley buses	10%	Free	Free	Free
8708.60.02	- - Identifiable as being designed solely for articles falling within subheading 8701.90.01 or 8701.90.05	10%	Free	Free	Free
8708.60.03	- - Front non-driving axles	15%	Free	Free	Free
8708.60.04	- - Rear axle housings	15%	Free	Free	Free
8708.60.05	- - Identifiable as being designed solely for articles falling within subheading 8701.30.01	15%	Free	Free	Free
8708.60.06	- - Preforms for casings of front axles for motor vehicles with a cargo capacity of at least 7,258 kg (16,000 lbs) but not exceeding 20,884 kg (46,000 lbs)	15%	Free	4%	Free
8708.60.07	- - Identifiable as being designed solely for articles falling within heading 8703	15%	Free	Free	Free
8708.60.08	- - Rods, gudgeon pins and cast bars for the front axles of vehicles with a loading capacity of 2,724 kg (6,000 lbs) or more, but not more than 8,172 kg (18,000 lbs)	Free	Free	Free	Free
8708.60.09	- - Crown wheels, cast, for the rear axles of vehicles with a cargo capacity of 8,626 kg (19,000 lbs) or more but not more than 20,884 kg (46,000 lbs)	Free	Free	Free	Free
8708.60.10	- - Preforms for rams of rear axles for motor vehicles with a cargo capacity exceeding 2,724 kg (6,000 lbs) but not exceeding 8,172 kg (18,000 lbs)	15%	Free	4%	Free
8708.60.99	- - Other	15%	Free	4%	Free
	- Road wheels, parts and accessories thereof:				
8708.70.01	- - For trolley buses	10%	Free	Free	Free
8708.70.02	- - Identifiable as being designed solely for articles falling within subheading 8701.90.01 or 8701.90.05	10%	Free	Free	Free
8708.70.03	- - Wheels of metal alloys, with spokes; sports wheels with wide rims	15%	Free	4%	Free

8708.70.04	- - Wheels or wheel rims without pneumatic tires, of an external diameter not exceeding 70 cm, other than articles falling within subheading 8708.70.03	15%	Free	4%	Free
8708.70.05	- - Identifiable as being designed solely for articles falling within subheading 8701.30.01	15%	Free	Free	Free
8708.70.06	- - Hub caps of all kinds	15%	Free	4%	Free
8708.70.07	- - Rims of aluminum and aluminum alloys with a diameter exceeding 57.15 cm (22.5 inches)	15%	Free	Free	Free
8708.70.99	- - Other	15%	Free	4%	Free
	- Suspension shock-absorbers:				
8708.80.01	- - For trolley buses	10%	Free	Free	Free
8708.80.02	- - Identifiable as being designed solely for articles falling within subheading 8701.90.01 or 8701.90.05	10%	Free	Free	Free
8708.80.03	- - Identifiable as being designed solely for articles falling within subheading 8701.30.01	15%	Free	Free	Free
8708.80.04	- - McPherson struts	15%	Free	Free	Free
8708.80.99	- - Other	15%	Free	4%	Free
	- Other parts and accessories:				
	- - Radiators:				
8708.91.01	- - - Identifiable as being designed solely for articles falling within subheading 8701.90.01 or 8701.90.05	10%	Free	Free	Free
8708.91.99	- - - Other	15%	Free	4%	Free
	- - Silencers and exhaust pipes:				
8708.92.01	- - - Identifiable as being designed solely for articles falling within subheading 8701.90.01 or 8701.90.05	10%	Free	4%	Free
8708.92.02	- - - Identifiable as being designed solely for articles falling within subheading 8701.30.01	15%	Free	4%	Free
8708.92.99	- - - Other	15%	Free	4%	Free
	- - Clutches and parts thereof:				
8708.93.01	- - - For trolley buses	10%	Free	4%	Free
8708.93.02	- - - Identifiable as being designed solely for articles falling within subheading 8701.90.01 or 8701.90.05	10%	Free	Free	Free
8708.93.03	- - - Identifiable as being designed solely for articles falling within subheading 8701.30.01	15%	Free	4%	Free
8708.93.04	- - - Complete clutches (discs and pressure plates), other than those falling within subheading 8708.93.01, 8708.93.02 and 8708.93.03	15%	Free	4%	Free
8708.93.99	- - - Other	10%	Free	4%	Free
	- - Steering wheels, steering columns and steering boxes:				
8708.94.01	- - - For trolley buses	10%	Free	Free	Free
8708.94.02	- - - Identifiable as being designed solely for articles falling within subheading 8701.90.01 or 8701.90.05	10%	Free	Free	Free
8708.94.03	- - - Steering wheels of an external diameter of less than 54.5 cm	15%	Free	Free	Free
8708.94.04	- - - Mechanical steering boxes	10%	Free	Free	Free
8708.94.05	- - - Steering wheels with an external diameter of 54.5 cm or	10%	Free	Free	Free

	more				
8708.94.06	- - - Steering columns	10%	Free	Free	Free
8708.94.07	- - - Hydraulic steering boxes	10%	Free	Free	Free
8708.94.08	- - - Identifiable as being designed solely for articles falling within subheading 8701.30.01	15%	Free	Free	Free
8708.94.99	- - - Other	15%	Free	4%	Free
	- - Other:				
8708.99.01	- - - Differential mechanisms (dual)	15%	Free	Free	Free
8708.99.02	- - - For trolley buses	10%	Free	Free	Free
8708.99.03	- - - Identifiable as being designed solely for articles falling within subheading 8701.90.01 or 8701.90.05	10%	Free	Free	Free
8708.99.04	- - - Half-axles, connectable to a differential mechanism whether or not homokinetic; parts thereof	15%	Free	Free	Free
8708.99.05	- - - Air bags for security devices	10%	Free	Free	Free
8708.99.06	- - - Other parts identifiable as being designed solely for steering systems, other than those falling within subheading 8708.99.21	10%	Free	Free	Free
8708.99.07	- - - Fuel tanks	15%	Free	Free	Free
8708.99.08	- - - Identifiable as being designed solely for shock absorbers, other than those falling within subheading 8708.99.20, 8708.99.27 and 8708.99.32	10%	Free	Free	Free
8708.99.09	- - - Couplings or connection devices for semi-trailers	15%	Free	Free	Free
8708.99.10	- - - Gears and gearboxes	15%	Free	4%	Free
8708.99.11	- - - Ribbed ventilators for radiators	15%	Free	Free	Free
8708.99.12	- - - Hydraulic lifting forks	15%	Free	Free	Free
8708.99.13	- - - Semi-axles and directional axles of direction, and parts thereof	10%	Free	Free	Free
8708.99.14	- - - Cross-pin drive shafts and parts thereof	15%	Free	4%	Free
8708.99.15	- - - Chassis	15%	Free	Free	Free
8708.99.16	- - - Tippers	15%	Free	Free	Free
8708.99.17	- - - Identifiable as being designed solely for drive shafts, other than those of subheadings 8708.99.36 and 8708.99.37	15%	Free	4%	Free
8708.99.18	- - - Identifiable as being designed solely for articles falling within subheadings 8708.40.02 and 8708.40.04, other than those falling within subheading 8708.99.10	15%	Free	4%	Free
8708.99.19	- - - Spring supports	15%	Free	Free	Free
8708.99.20	- - - Forks, arms, eccentric and threaded bolts, for front suspension systems	15%	Free	Free	Free
8708.99.21	- - - Parts for torsion bars	15%	Free	Free	Free
8708.99.22	- - - Torsion bars	15%	Free	Free	Free
8708.99.23	- - - Double rim wheel axles incorporating ball bearings	10%	Free	Free	Free
8708.99.24	- - - Vibration control elements incorporating oilskin parts	10%	Free	Free	Free
8708.99.25	- - - Floor gear change levers, identifiable as being designed solely for vehicles containing up to 10 seats	15%	Free	Free	Free
8708.99.26	- - - Regulating mechanisms for steering wheels	15%	Free	Free	Free

8708.99.27	- - - Front suspension ball joints	15%	Free	Free	Free
8708.99.28	- - - Identifiable as being designed solely for articles falling within subheading 8701.30.01	15%	Free	Free	Free
8708.99.29	- - - Identifiable as being designed solely for suspension systems	15%	Free	Free	Free
8708.99.30	- - - Preformed tubes for fuel or oil lines, evaporation lines for petrol and for anti-pollution products, of iron or steel, brazed or coated in any way, of an external diameter of 3.175 mm or more but not more than 9.525 mm, imported with their joints, springs and connections therefor	15%	Free	Free	Free
8708.99.31	- - - Preformed tubes for fuel or oil lines, evaporation lines for petrol and for anti-pollution products, of iron or steel, whether or not brazed or coated in any way, of an external diameter of 3.175 mm or more but not more than 63.5 mm, of a wall thickness of 0.45 or more but not more than 2.032 mm, imported with the joints, springs and connections therefor	15%	Free	Free	Free
8708.99.32	- - - Suspension rings	15%	Free	Free	Free
8708.99.33	- - - Preforms for the manufacture of constant velocity arrows (homokinetic)	Free	Free	Free	Free
8708.99.34	- - - Arrow-type forges, for use in vehicle velocity boxes	Free	Free	Free	Free
8708.99.35	- - - Caradanic ("cardanicos") axles	15%	Free	4%	Free
8708.99.36	- - - Power take off assembly for forward-backward traction control (PTU)	10%	Free	Free	Free
8708.99.37	- - - Differential hydraulic assembly for revolution stabilization (Geromatic)	10%	Free	Free	Free
8708.99.38	- - - Yoke preforms with a unit weight exceeding 6.4 kg but not exceeding 14 kg, for use in rear automobile axles	10%	Free	3%	Free
8708.99.39	- - - Preforms for intake and outlet arrows for rear axle differential; preforms for arrows of semi-axles for vehicles with a cargo capacity of more than 8,626 kg (19,000 lbs) but not exceeding 20,884 kg (46,000 lbs)	10%	Free	3%	Free
8708.99.40	- - - Composite sets of the following preforms: differential carrier, bearing box, differential gear casing, wheel box and pinion box, designed for integrating differential carriers into the rear axles of cargo vehicles	10%	Free	3%	Free
8708.99.41	- - - Preforms for rams of rear axles for motor vehicles with a cargo capacity exceeding 8,626 kg (19,000 lbs) but not exceeding 20,884 kg (46,000 lbs)	10%	Free	3%	Free
8708.99.42	- - - Preforms of steel for manufacturing casings for rear axles with differential for vehicles with a cargo capacity exceeding 8,626 kg (19,000 lbs) but not exceeding 20,884 kg (46,000 lbs)	10%	Free	3%	Free
8708.99.43	- - - Preforms for rear axle braces for vehicles with a cargo capacity of at least 8,846 kg (19,501 lbs) but not exceeding 20,884 kg (46,000 lbs)	10%	Free	3%	Free
8708.99.44	- - - Preforms for pinions of rear axles for vehicles with a cargo capacity of at least 7,258 kg (16,000 lbs) but not exceeding 20,884 kg (46,000 lbs)	10%	Free	3%	Free
8708.99.99	- - - Other	10%	Free	3%	Free

Mexico - Chapter 84 - Nuclear reactors, boilers, machinery and mechanical appliances; parts thereof - Copyright March 2005, WorldTariff

HS Number	Description	MFN Applied	Canada	EU	USA
8409	PARTS SUITABLE FOR USE SOLELY OR PRINCIPALLY WITH THE ENGINES OF HEADING 8407 OR 8408:				
8409.10.01	- For aircraft engines	10%	Free	Free	Free
	- Other:				
	- - Suitable for use solely or principally with spark ignition internal combustion piston engines:				
8409.91.01	- - - Identifiable as being designed solely for motorcycles, scooters, and the like other than those falling within subheadings 8409.91.03 through 8409.91.05, inclusive	10%	Free	Free	Free
8409.91.02	- - - Pistons, liners, rings, or valves, presented as kits, other than those falling within subheadings 8409.91.05 and 8409.91.07	10%	Free	3%	Free
8409.91.03	- - - Rockers, tappet push rods, petrol inlet valve needles, and valves with heads of a diameter exceeding 26 mm but not exceeding 52 mm, including those in kits	10%	Free	Free	Free
8409.91.04	- - - Carburetors, other than those falling within subheadings 8409.91.10 and 8409.91.17	15%	Free	Free	Free
8409.91.05	- - - Aluminum pistons of an external diameter exceeding 58 mm but not exceeding 140 mm	15%	Free	4%	Free
8409.91.06	- - - Inlet or exhaust manifolds	15%	Free	Free	Free
8409.91.07	- - - Liners of an internal diameter of 66.7 m (2 5/8") or more but not more than 171.45 mm (6 3/4"), a length of 123.95 mm (4 7/8") or more but not more than 431.80 mm (17") and a wall-thickness of 1.78 mm (0.07") or more but not more than 2.5 mm (0.1")	15%	Free	Free	Free
8409.91.08	- - - Identifiable as being for use in outboard motors and marine engines with a power of more than 600 hp	10%	Free	Free	Free
8409.91.09	- - - Identifiable as being for use in agricultural and industrial tractors, other than those falling within subheading 8409.91.12	10%	Free	3%	Free
8409.91.10	- - - Carburetors for motorcycles of a cylinder capacity exceeding 550 cc	10%	Free	Free	Free
8409.91.11	- - - Crank cases	15%	Free	Free	Free
8409.91.12	- - - Tubular tappet push rods; protective sleeves for valve rods	15%	Free	Free	Free
8409.91.13	- - - Revolution regulators	10%	Free	Free	Free
8409.91.14	- - - Valve gear casings, plunger spring seats or valve seats and valve guides	15%	Free	Free	Free
8409.91.15	- - - Engine covers (rocker box covers) and sides, front covers for timing wheels or gears	15%	Free	Free	Free
8409.91.16	- - - Crankshaft vibration dampers	15%	Free	Free	Free
8409.91.17	- - - Carburetors with one choke. other than those for	15%	Free	Free	Free

	motorcycles				
8409.91.18	- - - Identifiable as being used for the fabrication of petrol inlet valve needles, other than calibrated balls and spiral springs	Free	Free	Free	Free
8409.91.19	- - - Shafts for pistons, other than those falling within subheadings 8409.91.01 and 8409.91.09	10%	Free	4%	Free
8409.91.99	- - - Other	10%	Free	4%	Free
	- - Other:				
8409.99.01	- - - Cylinder heads or cylinder blocks	10%	Free	4%	Free
8409.99.02	- - - Aluminum pistons of an external diameter exceeding 58 mm but not exceeding 140 mm	15%	Free	4%	Free
8409.99.03	- - - Pistons, liners, rings, or valves, presented as kits, other than those falling within subheading 8409.99.02, 8409.99.04 and 8409.99.06	10%	Free	Free	Free
8409.99.04	- - - Tappet push rods, petrol inlet valve needles and valves with heads of a diameter exceeding 26 but not exceeding 52 mm	10%	Free	Free	Free
8409.99.05	- - - Driving rods and their bearings	10%	Free	4%	Free
8409.99.06	- - - Liners of an internal diameter of 66.7 mm (2 5/8") or more but not more than 171.45 mm (6 3/4"), a length of 123.95 mm (4 7/8") or more but not more than 431.80 mm (17") and a wall-thickness of 1.78 mm (0.07") or more but not more than 2.5 mm (0.1")	15%	Free	Free	Free
8409.99.07	- - - Lubricant radiators	10%	Free	Free	Free
8409.99.08	- - - Air superchargers and their parts	10%	Free	Free	Free
8409.99.09	- - - Identifiable as being for use solely in marine engines of a power of more than 600 hp	10%	Free	Free	Free
8409.99.10	- - - Identifiable as being for use solely in agricultural and industrial tractors, other than those falling within subheading 8409.99.07 and 8409.99.11	10%	Free	4%	Free
8409.99.11	- - - Identifiable as being for use solely in Diesel fuel injectors	10%	Free	Free	Free
8409.99.12	- - - Revolution regulators	10%	Free	Free	Free
8409.99.13	- - - Non-tubular (solid) tappet push rods for internal combustion engines	10%	Free	Free	Free
8409.99.14	- - - Piston blanks of steel, grey cast iron or aluminum, of an external diameter of more than 140 mm	10%	Free	Free	Free
8409.99.15	- - - Shafts for pistons, other than those falling within subheading 8409.99.09 and 8409.99.10	15%	Free	4%	Free
8409.99.99	- - - Other	15%	Free	4%	Free

Mexico - Chapter 84 - Nuclear reactors, boilers, machinery and mechanical appliances; parts thereof - Copyright March 2005, WorldTariff					
HS Number	**Description**	**MFN Applied**	**Canada**	**EU**	**USA**
8408	COMPRESSION-IGNITION PISTON ENGINES (DIESEL OR SEMI-DIESEL ENGINES):				
	- Marine propulsion engines:				
8408.10.01	- - Of a power of not more than 600 hp	15%	Free	Free	Free
8408.10.99	- - Other	10%	Free	Free	Free
8408.20.01	- Engines of a kind used for the propulsion of vehicles of Chapter 87	10%	Free	Free	Free
	- Other engines:				
8408.90.01	- - With a power equal to or less than 960 hp	15%	Free	4%	Free
8408.90.99	- - Other	10%	Free	Free	Free

ANEXO 2

La Argentina puede competir en un conjunto de productos que ese país importa por US$ 17.500 millones al año, pero los altos aranceles congelan los negocios

Como el amor ideal, pero prohibido, de sus telenovelas, el mercado mexicano asoma como un destino comercial trágico: está en condiciones de ser un socio fuerte, pero por los altos aranceles sigue siendo apenas una relación incipiente. Según una investigación del Centro de Economía Internacional (CEI), de la Cancillería, "la Argentina está en condiciones de competir en un conjunto de productos que suma importaciones de México por 17.500 millones de dólares anuales". Pero la verdad es que el año último el intercambio total apenas llegó a los 1800 millones.

Tal vez por eso, empresarios de uno y otro lado reclaman a sus gobiernos el fin de las barreras comerciales que frenan el crecimiento. "Son los que quieren un acuerdo de libre comercio amplio pero todavía no tienen masa crítica suficiente para lograrlo", explicó Rosendo Fraga, director del Centro de Estudios Unión para la Nueva Mayoría.

Actualmente, se llevan adelante negociaciones simultáneas. Por un lado, en el contexto del Mercosur, bloque al que México se integró como país asociado. De estas conversaciones surgió el acuerdo de preferencias para el sector automotor, que impactó favorablemente en las ventas externas de las terminales locales. En ese acuerdo quedó escrita la promesa de extender las preferencias a las autopartes, objetivo que ahora parece más cercano.

Por otro lado, desde 2002 se busca infructuosamente un tratado bilateral de libre comercio que ahora, ante una sociedad mexicana que cuestiona la eficacia de los más de 50 acuerdos de liberalización que tiene su país con el mundo, podría mutar en pactos parciales para listas acotadas que incluyan, aunque sea de manera simbólica, productos agrícolas o agroprocesados.

Justamente, para avanzar en estas charlas, el viceministro de Comercio Exterior mexicano, Angel Villalobos, y el secretario de Comercio y Relaciones Económicas Internacionales, Alfredo Chiaradia, encabezaron un nuevo encuentro hace dos semanas. La novedad fue el renovado interés del país azteca en retomar el diálogo, aunque insiste en omitir el capítulo agrícola.

"Su sector agropecuario es muy sensible porque estaba protegido y ahora -a diez años de la firma del Tratado de Libre Comercio de América del Norte (Nafta, por su sigla en inglés)- muchos productos comienzan a liberalizarse gradualmente. Por eso, la presión interna para no abrir el acceso al mercado a otras fuentes de abastecimiento es muy fuerte", analizó Roberto Bouzas, investigador de Flacso y de la Universidad de San Andrés.

Todos los especialistas consultados coincidieron en que las relaciones comerciales están subdimensionadas debido a esas protecciones, que afectan a los sectores

argentinos con más potencial de crecimiento. De hecho, en el capítulo agrícola nuestros productos no pueden competir en igualdad de condiciones con sus similares de países vecinos, como Uruguay y Chile, que sí tienen libre comercio con la cuna del muralista Diego Rivera. Y eso, sin contar que este país subsidia su producción de carnes vacunas, hortalizas, cereales y semillas oleaginosas.

Extraordinario, pero...

"A partir del 1° de enero de 1999, el gobierno mexicano decidió, por razones de orden fiscal, el incremento temporal de sus aranceles de importación para aquellos terceros países con los que no tenga acuerdos de libre comercio, en un 10% para los bienes de consumo y del 3% para bienes de capital e insumos. Dicho incremento probablemente afectó las exportaciones argentinas de algunos sectores", explicó José Garello, director del Eurocentro Buenos Aires, que funciona en la Cámara Argentina de Comercio (CAC).

"Es un mercado extraordinario para nosotros, pero con aranceles altísimos: 240% para la carne, por ejemplo. Con las negociaciones en marcha tratamos de equilibrar la cancha con nuestros competidores latinoamericanos", detalló una fuente de la Cancillería que participa de las conversaciones.

Además del Nafta, México tiene tratados con la Unión Europea (UE), varios países de América Central, Chile, Costa Rica, Colombia y Venezuela, entre otros. Pero no todos esos pactos resultaron favorables. Por ejemplo, actualmente se está revisando el acuerdo con la UE que no sólo no aumentó el intercambio sino que lo redujo.

"Están reviendo varios pactos ya firmados. Pero la negociación en marcha con la Argentina, en el seno de la Asociación Latinoamericana de Integración (Aladi), tiene objetivos parciales y no plantea dificultades", agregó la fuente diplomática. En esos diálogos, además de los agroalimentos, nuestro país pidió preferencias para máquinas herramientas, aparatos mecánicos, material eléctrico y algunos productos químicos, entre otros. Por su lado, la contraparte busca mejorar las perspectivas para sus químicos y textiles.

Entre las grandes empresas locales interesadas en abrirse paso en el mercado mexicano está Techint, que acaba de anunciar la adquisición de Hylsamex, la mayor productora mexicana de aceros planos, a cambio de 2110 millones de dólares. Pero el interés en este destino también está extendido entre pequeños y medianos productores. "México es mi mercado, por la posibilidades que tiene nuestro producto y por la manera en la que consumen, pero el arancel es del 35 por ciento", dijo Claudia Epsztein, diseñadora y dueña de la marca de carteras y accesorios en cuero Carla Danelli, que además exporta sus productos a Chile y la Unión Europea.

Para no perderse esas ventas, Epsztein está estudiando la posibilidad de instalarse en el Distrito Federal o franquiciar la marca. De hecho, el especialista Félix Peña, de la Fundación BankBoston, plantea nuevos disparadores: "¿Puede

ser México un trampolín para que empresas argentinas puedan aprovechar el amplio mercado del Nafta? ¿Permiten las actuales reglas de ese bloque -por ejemplo, las de origen específicas, o aquellas sobre inversiones y sobre compras gubernamentales- encarar tal estrategia por parte de empresas argentinas o del Mercosur?". En el contexto comercial actual, es difícil saberlo.

El interés en un intercambio más fluido también se evidencia en algunos empresarios mexicanos. Es el caso de un grupo de distribuidores de autopartes -ejecutivos de pymes- que visitó fábricas de Buenos Aires y Córdoba en abril último y elevaró un pedido formal a las autoridades para que se reduzcan los aranceles del sector, que oscilan entre el 15 y el 17 por ciento.

Inversiones

La presión empresarial para que se avance en las negociaciones que deriven, aunque sea, en acuerdos parciales basa sus principales argumentos en los números. Aunque el saldo comercial es favorable a nuestro país desde la última devaluación, México alcanzó el año pasado su récord histórico de ventas a la Argentina. "El intercambio comercial crece año tras año. En 2004, lo hizo un 70 por ciento. Autos, tubos sin costura y cueros lideran las exportaciones argentinas", explicó Garello, del Eurocentro.

En materia de inversiones, las relaciones también son intensas. Capitales mexicanos llegaron al país desde hace varios años y la tendencia no cambió a pesar de la grave crisis de fines de 2001 y 2002. Telmex, Coca Cola Femsa y Grupo Bimbo, son apenas algunos ejemplos. Y ahora que Techint reforzó su presencia en el mercado azteca -donde ya era propietario de la fábrica de tubos Tamsa-, la balanza se equilibró. "México ha ocupado en los últimos años el noveno lugar entre los países inversores en la Argentina y en el primer semestre del año pasado realizó desembolsos por más de 156 millones de dólares, cifra que superó los totales anuales registrados en los tres años anteriores", detalló el embajador argentino en México, Oscar Galié en un artículo de la Revista Mexicana de Comercio Exterior.

México, heredero de la tradición comercial de las civilizaciones precolombinas que lo habitaron, ofrece oportunidades para material de transporte (partes y accesorios, ejes con diferencial y cajas de cambio), plástico y caucho (cajas y cajones de plásticos y neumáticos), productos del reino vegetal (soja, maíz, sorgo granífero y trigo) y máquinas y aparatos (motores de propulsión, rulemanes, cables y conductores eléctricos), según el CEI.

En dos meses, ambos gobiernos volverán a negociar. Y los empresarios, a cruzar los dedos para que haya brindis con tequila.

Por José Crettaz
De la Redacción de LA NACION

Un mercado entre el Norte y el Sur

Para algunos analistas, el canal de Panamá se convirtió en el nuevo límite Norte de América latina. Son los especialistas que consideran a México y América Central decididamente volcados hacia el Norte y privilegiando su relación comercial y política con los Estados Unidos.

Para Roberto Bouzas, investigador de Flacso y la Universidad de San Andrés, "México está mirando con más interés a América del Sur porque su posición en el mercado norteamericano se ha deteriorado sensiblemente. Los beneficios del Nafta se diluyeron ante la agresiva presencia exportadora de China, que en los últimos años duplicó sus envíos a los Estados Unidos (sin ningún tipo de preferencia), mientras las ventas de México al mismo mercado apenas crecieron el 20 por ciento".

Rosendo Fraga explicó que "en 2004, México fue aceptado como país asociado al Mercosur -pretendía ser miembro pleno pero Brasil se opuso-. Hasta ahora su asociación tuvo más un sentido político que económico. En los organismos internacionales, suele coincidir más con América del Sur que con Estados Unidos".

La Argentina y México cerraron filas ante la intención brasileña de lograr un asiento permanente en el Consejo de Seguridad de las Naciones Unidas. Es que el gobierno mexicano no quiere perder su influencia en América latina.

"Pero la relación argentino-mexicana siempre fue un tema difícil, entre otras razones por la más obvia de todas, que estamos lejos. Además, ellos se han especializado en la práctica de un fuerte verbalismo antinorteamericano mientras, al mismo tiempo, hacen de todo con Estados Unidos: negocios, reciben inversiones, envían migrantes...", agregó el analista internacional Gerardo López Alonso, de la Universidad Austral.

"La natural pertenencia de México a América del Norte especialmente, pero no exclusivamente, no excluye una intensa relación con los países del Sur americano", concluyó Félix Peña, de la Fundación BankBoston y profesor de la Untref.

LA NACION

14 de junio de 2005

ANEXO 3

LISTA DE IMPORTADORES DE EGIPTO

Proporcionada por:

Ana Peñaloza

Jefa de la Sección Comercial

ABU GABAL TRADING & DISTRIBUTOR

17 RIYAD ST SHOUBRAH – CAIRO

Tel.: (202) 430 7718 / 204 9433

Fax.: (202) 205 7611

E-MAIL: gabal@link.net

ENG. MOUSTAFA ABU GABAL

Mobile: (2012) 214 6472

(IMPORTADOR DE REPUESTOS PARA CAMIÓN Y AUTOMÓVILES, IMPORTADOR DE ARGENTINA)

AFICO AFTER MARKET

47 ABBAS EL AKKAD ST. - NASR CITY- CAIRO

Tel.: 202) 4048140 / 36/35/34

Fax: (202) 404 8145

E-mails:framegypt@link.net / wimpex@menanet.net

MR. FREDDIE GHABBOUR

(AGENTE DE: FEDERAL WOGUL, DANA PERFECT CIRCLE (AUTOMOTIVE SPARE PARTS), VALEO, SAM REV., WABCO (TRUCKS) ***FRANCIA*** *- MACK, HONEY WELL-BENDIX (TRUCKS)* ***EEUU***

ARABCOM 2000

NASR CITY BRANCH:

RAMO GARDENS, EL NASR ROAD., BUILDING NO.. 4,NASR CITY, CAIRO TEL: (202) 4183371/ 72 / 73 / 6343731

FAX: (202) 2917613 / 6356873

E-mail: arabcom@gega.net

Web: www.arabcom.com.eg

MR. MOHAMED OSSAMA EL ARABI - PRESIDENT

AUTO FRANCE IMPORT & EXPORT

4, KOULEH ST. - ABDIN - CAIRO

TELEFAX.: (202) 391 3390

E-mail: matcofrance@hotmail.com

ENG. EZZAT ABDEL LATIF

MOBILE (2012) 210 3715

(PARA MARCAS FRANCESAS)

AZZIZ SOLIMAN &CO.

12 EL BOURSA ST. - EL TAWFIKIA - CAIRO

TEL.: (202) 574 5068

FAX.: (202) 576 5522

MOBILE (2012) 3493715

MR. AZZIZ SOLIMAN AWADALLAH

(SECRETARIO DE LA CÁMARA DE IMPORTADORES DE REPUESTOS DE AUTOS)

BOGHDADI IMPORT & EXPORT

3, BAYOUMI NASSAR ST. - HELIOPOLIS - CAIRO

TEL:. (202) 6357 531 / 635 1159

FAX..: (202) 636 6043

MR. AMIR BOGHDADI

MOBILE (2012) 211 2216

E-MAIL: boghdadi@soficom.com.eg

(Para modelos del V. W.)

BARAKA IMPORT & EXPORT & AGENCIES

14 HASSAN EL EMAM ST. - NASR CITY - CAIRO

TEL.. (202) 2604030

FAX. (202) 403 4226

E-MAIL: amrghaleb@hotmail.com / amrgh2002@yahoo.com

MR. AMR GHALEB / MR. ABED GHALEB

MOBILE (2010) 5712712

(AGENTE DE : METELLI (BRAKE PARTS), BIMET (ENGINE BEARING) ***ITALIA****)*

COMMERCIAL & ENGINEERING MARKETS CO. (CEMC)

77 EL SHAHID FARID SEMEKA-EL HEGAZ SQUARE- HELIOPOLIS- CAIRO

TELEFAX.: (202) 637 1172 / 632 5226 / 632 0692

E-mail: cemc@link.net

73,75 RAMSES ST. - CAIRO

Tel.: (202) 575 3433 / 575 3419 / 576 1325

Fax. (202) 577 3658

MR. ABDALLAH MOUSTAFA IBRAHIM

(PARA MARCAS JAPONESAS)

EGYPTIAN MARKETING & SERVICES / EMASCO

EL FAREK KAMAL HASSAN ALI ST. -EL MESSAHA TOWER-

HELIOPOLIS - CAIRO

Tel.: (202) 267 2544

Fax.(202) 267 2504

E-MAIL: emasco@arabia.com

MR. IBRAHIM HOSNI

(REPUESTOS PARA AUTOS AMERICANOS)

EL FATH CO. IMPORT & EXPORT

12, ZAKI ST. - TAWFIKIA - CAIRO

TEL.: (202) 575 7206 / 7682

FAX.: (202) 5757643 / 270 6276

E-mail: elfathco@hotmail.com

MOBILE (010) 161 9442

MR. IHAB ALY HASSAN & MR. AHMED SKAKSHOUK

(PARA AUTOS FIAT)

EL MAHER GROUP

349, Port Said St. - CAIRO

TEL..: 202 395 8335 / (2012) 7945553

FAX. : 202 3900275

E-mail: info@mahergroup.com.eg

Website: www.mahergroup.com.eg

MR. Hamed Maher

(IMPORTADOR BATERÍAS Y NEUMÁTICAS: METZELER, NWS (ALEMANIA) - YUASA (JAPON) ARACAS MOLI, , DGS Y NORMA Y NEUMÁTICOS DE ARGENTINA)

EL TAWFIK TRADING AND IMPORT CO. (ATM)

6, MIDAN EL GOMHOURIA SQUARE. ABDIN - CAIRO

TEL. (202) 391 8781 / 393 4102

FAX. (202) 391 8781 / 391 7838

Website: www.eltawfik.egypt.com

E-mail:eltawfik@egyptonline.com

PRESIDENT MR. ADEL TAWFIK MOHAMED

(PARA AUTOS JAPONESAS U COREANA: NISSAN, TOYOTA, MITSUBISHI, DAEWOO, KIA, HYUNDAI, HONDA, ISUZU, MAZDA)

ENGINEERING AUTOMOTIVE COMPANY (SMG GROUP)

89 TEREAT EL ZOMOR ST. - ARD EL LEWA - GIZA

TEL.: (202) 325 5366

FAX.: (202) 325 5377 / 329 2630

Web: www.smg.com.eg

E-mail: parts.eac@smg.com.eg

ENG. SHAWKY GHATTAS

ENG. NADER LATIF (PURCHASING MANAGER)

MOBILE (2012) 3217470

INDUSTRIAL CONTROL FOR ENGINEERING INDUSTRIES (I.C.E.I.)

4TH INDUSTRIAL ZONE Nº31 - STREET 55 - 6TH OF OCTOBER - GIZA

TEL. (202) 833 3774 / 5 / 6

FAX. (202) 833 3778

E-mail: inds.control@link.net

MR. AMIN EL AMIN MOBILE: (2012) 460 3339

(MEDIUM & LIGHT TRUCK ISUZU & MERCEDES)

INTERNATIONAL AUTOPARTS

11 NASSER INSTITUTE - CORNICHE EL NIL - SHOUBRA - CAIRO

Tel. (202) 204 6646 - Direct : (202) 2049576

Fax. (202) 430 8472

Iac_amer@link.net

MR. MOHAMED AMER

Mobile: (2012) 2100428

(FIAT, DAEWOO, PEUGEOT Y RENAULT)

MANAR IMPORT & EXPORT

33 EL SOUDAN ST. - MOHANDESSIN - GIZA

TEL. (202) 3466666 / 9999/ 3450000

FAX.: (202) 346 7505

E-mail: nawara@almanargroup.com

Web: www.almanargroup.com

MR. ABDEL ALIM NAWARA

MOMTAZ ZAKI GROUP

25, SAMI ST. – LAZOUGHLY - CAIRO

TELEFAX: (202) 7963300

MR. MOMTAZ ZAKI Mobile (012) 2105666

(PARA MARCAS FRANCESAS)

NASCO AUTOMOTIVE

24, AB EL RAZEK EL SANHOURY ST. – NASR CITY – CAIRO

TEL (202) 670 1054 / 56

FAX (202) 670 1052

E-mail: nasco@link.net

MR. EHAB EL HAMAMY (COMMERCIAL MANAGER)

(60% DE SU TRABAJO EN AUTOS ASIÁTICOS Y 40% EN AUTOS EUROPEOS – CAMIONES Y BUSES)

SIEXA IMPORT & EXPORT

BORG EL ARAB - IST IND. ZONE; PLOT 1 BLOCK 26 - ALEXANDRIA

Tel.: (03) 459 0995 / 459 2187

Fax. (03) 459 2187

E-mail: eghispanic@hotmail.com

MR. SERAG EL DIN MOHAMED EL FAHAAM

(IMPORTADOR DE ESPAÑA, ITALIA Y ARGENTINA)

SOCIETE FRANCAISE DE VOITURES

21, ALMAZA ST. OFF EL THAWRA ST. – HELIIOPOLIS -CAIRO

TEL. (202) 417 4003 / 418 0309

FAX. (202) 291 9976

E-mail: sfv@gega.net

MR. EMAD ISKANDAR

(AGENTE DE: WAKLER (VEHICLES SPARE PARTS), RUVILLE (BOLL BEARING), TRW (SUSPENSION & BRAKE RIM) – GNK (ENGINE PARTS), LUK (CLUTCH) **ALEMANIA** - ALKAR (MIRROS) **ESPAÑA** - GST (CLUTCH) **ITALIA** – SACHS (VALVES) EYGINE (ENGINE PARTS) **FRANCIA**

TAYEB TRADE & DEVELOPMENT

3 EL NABAWI EL MOHANDES SQUARE - AGOUZA- GIZA

TEL.: (202) 303 6724 / 305 5243 / 344 1235

FAX. (202) 303 0484

Web: www.eltayeb.net

E-MAIL:eltayeb@eltayeb.net

PRESIDENT: ENG. OSSAMA kAMEL

(AGENTE DE: PETA (HERRAMIENTAS) DE (ITALIA)- PHILIPS (LÁMPARAS DE AUTOS) DE ALEMANIA, HATCO (CABLES), SUBAR (BOMBAS), MOBISAN, (PISTONES) DE TURQUÍA - PEUGUEOT (BICICLETAS) DE FRANCIA)

THE EGYPTIAN CO. FOR AUTOMOTIVE SERVICES & MAINTENANCE-MISRIYAT

EL NASR ROAD, 6TH DISTRICT - NASR CITY - CAIRO
P.O.BOX 8037 MASAKEN NASR CITY
TEL.: (202) 271 5709 / 10
FAX. (202) 271 5714
E-mail: misryat-nc-eg@hotmail.com
ENG. AHMED DAIHOUM (ext 131)
MOBILE((2010) 619 3988
ENG. AMRO NASHAAT
MOBILE (2010) 1974571

LISTA DE IMPORTADORES DE TURQUIA

Proporcionada por:
la Sección Económica y Comercial de la Embajada de Argentina en Ankara

Importadores/ distribuidores de componentes

AKKARDANSA SAN. VE TIC. AS.

Istanbul Cad. No:112

41400 Çayirova -Gebze

Tel: (0262) 744 66 30

Fax: (0262) 744 18 73

Mr. Can Piyale, Director General

www.akkardansa.com.tr

Pertenece al Grupo Sabanci

ALLIED SIGNAL AUTOMOTIVE

Krizantem Sok. Nº 32

80620 Levent Istanbul

Tel: (0212) 280 16 30

Fax: (0212) 279 81 33

Contacto: Cengir Erdogan, Hasan Musluoglu

Productos y marcas:

AUTOLITE: spark and glow plugs

BENDIX: frictions and hydraulic brake parts

FRAM: air, oil and fuel filters

JURID: frictions and hydraulics

FIAAM: air, oil and fuel filters

BESER

Ankara Caddesi Nº 309

Bornova Izmir

Tel: (0232) 388 24 58

Fax: (0232) 388 36 50

Contacto: Ali Atay
Fabricante de discos de freno y otros materiales de fricción.
Importa productos de la firma inglesa Ferodo.

DITAS DOGAN YEDEK PARÇA IMALAT

Büyükdere Caddesi Tanli Han Nº2
80224 Sisli Istanbul
Tel: (0212) 233 78 17/ 246 18 70
Fax: (0212) 248 58 64
Contacto: Yücel Göher, Serdar Seylam
Productos fabricados: rodend, draglink assembly and balljoint for all motor vehicles
Productos importados: cold forging raw material, inserts, cutters machinery (Alemania)
Empresas representadas: TRW (Alemania)
Certificado de calidad Iso 9002

DÖV-HAS ÇELIK DÖVME SAN. VE TIC. A.S.

29 Ekim Cad. No:80
Samlarköyü, Habibler Istanbul
Tel: (0212) 691 04 54 155
Fax: (0212) 69102 95
Mr. Hasan Balkan, Director General
www.dovhas.com.tr
60 empleados

EGE ENDÜSTRI VE TICARET A.S

Kemalpasa Cad Nº 18
Pinarbasi 35060 Izmir
Tel: (232) 479.14.00
Fax: (232) 479.04.68
www.egeendustri.com.tr
E-mail: egeendüstri @turk.net

Contacto: Mr. Orhan Atiker.Director General

Productos: Drive axles, tag axles, axle housings, front axles and front axles components

Principales clientes locales: Aos (Isuzu), BMC, Chrysler, Karsan M.Benz Türk Oyotol (Iveco Fiat), Otosan (Ford), Tümosan Temsa (Mitsubishi), Man

Principales clientes extranjeros: Khodro and Iksp (Iran), Meritor (Italia), Saf Otto (Alemania), Vamco (Iran), Albion (REINO UNIDO)

EGE FREN SAN. VE TIC. A.S.

Dirección : 405/2 Sok. No:4

Pinarbasi IZMIR

Tel : (232) 397 36 00

Fax : (232) 479 02 08

Mr. Mehmet Atilla, Director Comercial

e-mail : mehmet.attila@egefren.com.tr

www.egefren.com.tr

Pertenece al grupo Bayraktar Holding

EKU FREN KAMPANA SAN. VE TIC.

Ankara Asfalti, Yakacik Alti 17

PK 28 KARTAL ISTANBUL

Tel: 0 (216) 377 08 80

Fax: 0 (216) 377 11 91

Mr. Ratmi Küçük, Director General

www.eku.com.tr

ELITE

Tiryaki Hasan Pasa Cad. 11

Aksaray/ Estambul

Tel: (0212) 530 4648

Fax: (0212) 586 1716

FAG- ENDAS

Lamartin Caddesi 21

80090Taksim Istanbul

Tel: (0212) 280 16 30

Fax: (0212) 279 81 33

GENPAR

Ankara Cad. Tatlikuyu Mah. 1319-1/29

Gebze

Tel: (0262) 641 5952

Fax: (0262) 643 27 52

Información adicional: Importador y distribuidor de componentes para automotriz de

las marcas Volkswagen, Audi, Seat y Porsche en Turquía.

HAKSAN OTOMOTIV

Nilüfer Org. San. Böl. Ihlamur Cad. 8. Sok. No:34

16159 Ihlamur Bursa

Fax: (0244) 243 43 88

www.haksanotomotiv.com

Mr. Ibrahim Gülmez, Director General

181 empleados.

INCI EXIDE AKÜ SAN. VE TIC. A.S.

Tel: (0236) 233 25 10

Fax: (0236) 233 25 13

Mr. Kubilay Öztürk, Director General

www.inciexide.com.tr

300 empleados

Pertenece al Inci Holding

OLIMPIA OTO CAMLERI SAN VE TIC.

Istanbul Cad. No:82

41400 Gebze

Tel: (0262) 646 38 78

Fax: (0262) 646 38 78

Mr. Mehmet Zenginer, Director General

260 empleados

www.olimpia.com.tr

OPAS OTOMOTIV PLATINLERI SAN VE TIC

Merter Keresteciler Sitesi Kasim Sk. Nº 14

34010 Merter Istanbul

Tel: (0212) 642 90 50

Fax: (0212) 557 90 97

Contacto: R. Yüksel Yenigün, Yilmaz Izmirlier

Productos: distributor contact sets, condensers, ignition coil, distributor cups, ignition

cable sets, headlight relays.

Licencias: Doduco, EE.UU. Multi- Arcs Siemens

OTO HAS

Atatürk oto Sanayi Sitesi 2 Kisim

Maslak/ Estambul

Tel: (0212) 276 34 38

Fax: (0212) 276 35 43

SUPSAN MOTOR SUPAPLARI SAN VE TIC

Halkali Caddesi Nº 164

34620 Sefaköy Istanbul

Tel: (0212) 592 19 50

Fax: (0212) 579 07 41/ 540 34 93

Contacto: Ercüment Inanc, Ismet Aydin

Productos: válvulas de motores y accesorios para válvulas

Marcas representadas: Eaton Automotive SPA

Certificación Iso 9002

LISTA DE IMPORTADORES DE VENEZUELA

Proporcionada por:
la Sección Económica y Comercial de la Embajada de Argentina en Caracas

Importadores/ distribuidores de componentes

(Ver hoja siguiente)

EMPRESA	TN	ESPECIALIDAD	TELEFONOS	FAX	E-MAIL	DIRECCION
A.P. AUTOPARTES, C.A. Alex Iván Pantoja A.	May.	Repuestos en general	(0241) 871.6570	(0241) 871.7662	apautopartes@cantv.net	Centro Comercial Yuly, Galpón Nº 4 Carretera San Diego. Valencia, Edo. Carabobo.
ACCESORIOS LEAL, S.R.L. José Angel Leal	Det.	Repuestos en General MarcaVolkswagen	(0212) 265.2335 267.0645 267-5708	(0212) 262.1209	accleal@cantv.net	Calle Andrés Galarraga (antes Calle Las Mercedes). Chacao, Caracas.
AMCO ELECTRIC, C.A. Angiolono Mensi	May Dist. Rep. Imp.	Repuestos Eléctricos para Vehículos, Maquinaria y Motores Marinos	(0212) 693.2279 693.3528 661.8549 662.6034	(0212) 661.1304 662.3513	amco@telcel.net.ve	Calle Ramón Ignacio Méndez, Qta. Amco. Santa Mónica, Caracas.
ANGOCA INVERSIONES, C.A. Antonio Gómez	May. Imp	Transmisión Diferencial	(0212) 451.7232 451.7545	(0212) 451.7545	angoca@cantv.net	Av. Washington, Quinta Cri-Cri. El Paraiso, Caracas.
ANPECO, C.A. Antonio Parisi	May. Dist. Rep. Imp.	Repuestos y Maquinarias Agricolas, DM Same Lonvarnini y Suso	(0285) 632.6067 632.1930	(0285) 632.6490	gianparisi@cantv.net	Prolongación Av. República vía Pte. De Angostura Edif. Inveca, fte. Al Galpón de Mayka. Ciudad Bolívar
Asociación de Vendedores e Importadores de Repuestos de Estado Falcón **AVIRFAL** Luis Urbano Chacón	CR	Cámara Regional	(0269) 246.5887 247.0019	(0269) 247.0019	katlex@cantv.net	Av. Bolívar, Esq. Ramón Polanco Ruiz, Edif. Hide 93-193 Repuestos Guaranao, Punto Fijo, Edo. Falcón.
AUTO CENTRO LA INDIA, C.A. Armando Valero	Det.	Todo en Hidromatico, Dirección Hidraulica y Tren Delantero	(0212) 472.9564 472.3719 472.8711	(0212) 472.4346	autocentrolaindia@cantv.net	Final Av. José Antonio Paéz, Edif. India Palace, locales A y B. El Paraíso, Caracas.
AUTO ACCESORIOS COROMOTO, C.A. Ismael Acevedo	May.	Accesorios de Automoviles en General	(0212) 451.5672 451.6566 451.8908	(0212) 461.5521	acevedos@telcel.net.ve	Edificio A.F.C. Calle B con calle D, Urbanización Industrial San Martín, Caracas.

AUTO CRAZY, C.A. Luis E. Zarzalejo	Det.	Repuestos en General Jeep y Chysler	(0212) 632.7954 632.9687 632.8228	(0212) 633.3612	autocrazy@cantv.net	Av. Presidente Medina, Esq. Calle de Comercio Edif. La Roca, local 1. Caracas.
AUTO EMPORIO, C.A. Mario Margiotta	Det.	Repuestos Fiat y Alfa Romeo	(0212) 234.3647 234.3649	(0212) 238.0493	autoemporio@cantv.net	Av. Francisco de Miranda, Edf. Guarimba, Local 3,4 y 5, P.B., La Carlota. Caracas.
AUTO PARTES CARACAS, C.A. José Escauriza / Pedro Villar	Det.	Repuestos, Ford, G.M., Chrysler	(0212) 261.3268 261.4925 261.8732	(0212) 265.5424	autopartsccs@cantv.net	1era. Av. Sur Altamira Urb. Altamira (a 100 metros de la Torre Británica). Caracas.
AUTO PARTES EL TUNAL, C.A. Roberto Abreu	Imp. May. Det.	Suspensión, Motor, Tren Delantero, Frenos, Chassis	(0251) 441.2410 443.3557	(0251) 441.2410	autopartes@eltunal.com	Calle 59, Esquina Carrera 19-A. Barquisimeto. Estado Lara.
AUTO R.E.P. WORLD, C.A. Jairo Valencia	Repr.	Representantes de Fábricas	(0212) 481.6727 481.0498	(0212) 481.5884	autorep@cantv.net	Av. Sur 4, Edf. V-A, Piso 1. Quinta Crespo. Caracas.
AUTO REPUESTOS COCHE, C.A. Manuel Silva Piheiro	Det.	Repuestos en General	(0212) 682.0285 681.1010	(0212) 681.9993	autorepuestoscoche@cantv.net	Centro Comercial de Coche, local 7-A. Coche, Caracas.
AUTO REPUESTOS COPETE, C.A. Angel González Alayon	May. Det.	Repuestos de Vehiculos Americanos y Toyota	(0212) 332.2256 332.9859 515.0419	(0212) 332.3134	jagccopete@telcel.net.ve	Calle Real Los Dos Cerritos, Edif. Monterrey local 1 y 2. Maiquetia, Edo. Vargas.
AUTO REPUESTOS PEP BOYS, C.A. Nelson Sousa	Rep. Imp. May.	Ford, GM, Jeep, Toyota, Caribe, Fiat, Hyundai, Daewoo, Honda, Mitsubishi, Mazda, Renault	(0212) 632.1064 632.9917 632.6874 632.1754	(0212) 632.5027	pepboysexpress@cantv.net	Av. Nueva Granada, entre Calle Lourdes y Louis Braille. Caracas.
AUTO REPUESTOS RAM-JOS, S.R.L. Juan Luciano Rodríguez	Det.	Partes de Carroceria, Motor y Suspensión Renault	(0212) 266.0550 267.5811	(0212) 238.5766	hermos2002@hotmail.com	Av. José Felix Sosa, Local Nº. 7. Bello Campo, Caracas.

AUTO REPUESTOS VEN-ARAGUA C.A. José Díaz Cruz	Det.	Repuestos para motor Suspensión y otros	(0243) 235.84.10 235.8481	(0243) 235.5766	venaragua@telcel.net.ve	Avenida Los Cedros Este Nº 236. Maracay. Edo. Aragua
AUTOAMBAR,C.A. Aníbal Rodíguez (Administración) Guillermo López	Dist	Distribuidor autorizado repuestos y vehiculos Nissan	(0241) 617.9560 al 64	(0245) 571.8455	administración@autoambar.com.ve glopez@autoambar.com.ve	Urb. Industrial Los Guayos, 1ª Transversal, 94-A, Parcela 16. Los Guayos. Estado Carabobo.
AUTOMOTRIZ DISTRIBUIDORA AUTODIST, S.A. José Manuel González	May. Dist. Imp.	Frenos Brake, Cilindros de rueda para Frenos Hidraulicos, Pastillas de discos.	(0212) 631.4798 631.1445 631.3254	(0212) 631.7798	autodist1@yahoo.com	Av. Victoria con Calle El Progreso, Galpon Nº 4. Las Acacias, Caracas.
AUTOMOTRIZ IDE, C.A. José Dopazo Carballo	May. Imp.	Partes eléctricas, Componentes, Repuestos y Accesorios	(0212) 690.0030 690.1171 690.9138 690.0022	(0212) 690.1866	trabexca@hotmail.com	Av. Roosevelt, Edif. Porlamar, piso 1 ofic. 3. Las Acacias, Caracas.
AUTOMOTRIZ SIETE 65, C.A. Antonio Penta	Det.	Repuestos de Cajas Automaticas, Partes de Motores y Transmisión.	(0212) 633.4754 633.6422 633.1222	(0212) 632.8354		Av. Victoria, Edif. María Karla, P.B. Local 1. Las Acacias, Caracas.
AUTOPARTES DFK, C.A. Oswaldo Arellano	Imp. May. Dist.	Daewoo, Hyundai y Kia	(0212) 265.0195 263.2958	(0212) 263.2958	autopartesdfk@cantv.net	Calle El Saman Nº 201 Edif. El Saman Entre Calle Adrián Rodríguez y Andrés Galarraga. Chacao, Caracas.
AUTOPARTES HORIZONTE 493, C.A. Alejandro Caribas	Det.	Repuestos Toyota, Nissan, Caribe, Daewoo, Hyundai.	(0212) 237.2706 237.3605 237.1548	(0212) 237.2706	spare-parts@cantv.net	Av. Ppal. Horizonte Edf. Autopartes Horizaonte, P.B., Urbanización Horizonte. El Marquez Caracas.
AUTOPARTES YORACO, C.A. José Lazaro/Estela Penago	Det.	Repuestos en General	(0212) 751.4124 751.4243 751.6423	(0212) 753.3147	repuestos01@cantv.net	Av. Neveri, Edif. Yoraco, Colinas de Bello Monte. Caracas.
AUTO VIDRIOS LA PASCUA, C.A. Serse Mancini	Imp. Dist.	Vidrios Automotrices	(0235) 341.6573 341.4808 (0414) 392.0637	(0235) 341.4808	autovlapascua@cantv.net	Calle Principal la Pua, Valle de La Pascua Estado Guarico.

BRAKEPRO INCORPORATED, C.A. Marcelino, Javier y Alejandro Fariña	May. Imp.	Partes de Frenos	(0212) 383.0508 383.2161 383.2672	(0212) 383.3610	javix@telcel.net.ve	Calle Junin, Oficentro Junin, piso 3 ofic. 13. Los Teques, Edo. Miranda.
BUJIAS MASERATTI, C.A. Ricardo de Sousa	Det.	Repuestos en General	(0212) 952.6777 952.8661	(0212) 952.8661	rdsv65@cantv.net	Av. Venezuela, Quinta Di Stella Nº 22. Bello Monte, Caracas.
C. A. BEARINGS DE VENEZUELA Matias Falcón Báez	Dist.	Rodamientos	(0212) 482.8267 482.4528	(0212) 482.1264	bearingsdevzla@cantv.net	Dolores a Puente Soublette, Edificio Aragua. Quinta Crespo. Caracas
C.A. CARS Publio Ballestero	May. Dist. Conc.	Toyota	(0212) 400.8271 400.8258	(0212) 693.6064 693.6811 693.1114	repuests@cars.com.ve pballestero@cars.com.ve	Av. Los Ilustres Edif. Cars, (fte. A la Plaza Las Tres Gracias) Los Chaguaramos, Caracas.
C.A. LA INDUSTRIOSA José F. Azpúrua	May. Dist. Conc.	Repuestos para autos y camiones	(0212) 241.6067 241.8883 241.4019	(0212) 241.4215	calin@telcel.net.ve	Urbanización La Urbina, Calle 6 con Calle 9 Edif. La Industriosa. La Urbina, Caracas.
CADENAS AUTOMOTRICES CADECA, C.A. José De Gregorio Martínez/ Enrico Capestrani	Imp. May. Dist.	Bombas de Aceite, Taquetes, Cadenas, Engranajes, Valvulas .	(0212) 362.5054	(0212) 363.4507	cadecaca@cantv.net	Urb. Ind. Cloris, Av. Este 1, Galpon Nº. F8-W-06. Guarenas. Estado Miranda.
Cámara de Importadores y Distribuidores de Repuestos Automotrices del Estado Lara **CIDRALARA** Ing. Anny C. Terán Rey	CR	Cámara Regional	(0251) 251.5932 0414-520.0450	(0251) 251.5932	cidralara@cantv.net	Av. Vargas con Carrera 24, Edifcio Cámara de Comercio, piso 1 Ofic. 3. Barquisimeto, Edo Lara.

Cámara Oriental de Importadores y Dirtribuidores de Repuestos Automotrices **COIDRA** Guilermo Freites	CR	Cámara Regional	(0281) 277.8921	(0281) 277.5109 277.5023		Auto Repuestos Rolando. Av. Nicolas Rolando, casa Nª 055. Barcelona, Estado Anzoategui.
CASA SUIZA HENRIQUE SCHMIDLI & CIA Henrique Schmidli	Rep.	Repuestos para autos y camiones	(0212) 574.0322 574.0633	(0212) 574.1589	casuiza@telcel.net.ve	Av. Vollmer con Av. Andrés Bello, Edif. Normandie piso 3 Ofic. 307. San Bernardino, Caracas.
COMERCIAL DE FRENOS Y PARTES. COFREPACA Juan Pedro Medina S.	May. Imp. Repr.	Repuestos para Frenos	(0212) 471.2027 471.1646 471.3038 471.1518	(0212) 471.0256	cofrep@telcel.net.ve	Av. Garci González Da Silva, Centro Comercial Sama locales 13,14,15 P.B., Zona Industrial. La Yaguara, Caracas.
COMPRESORES ROY CARACAS Nelson Jesús Gonzalez	May.	Reconstrucción de Compresores Y Repuestos para Aire	(0212) 662.2505 662.3020	666-25-05	nelgovi@telcel.net.ve	Calle Codazi entre Av. La Facultad y Av. La Ciencia, Quinta Govi. Los Chaguaramos, Caracas.
CORE, C.A. Roger Giuliano B.	Rep.	Repuestos para Vehículos	(0212) 632.3633 632.1511	(0212) 632.1844 632.3666	coreca@telcel.net.ve	Av. Ppal. del Cementerio, Edif. Core, (fte. A Telares los Andes). El Cementerio, Caracas.
CORPORACIÓN COPETE C. A. Daniel Copete/Freddy Copete	May. Imp.	Latonería en Fiat y Toyota	(0212) 239.0053 234.25.11 235.25.76 237.30.62	(0212) 235.25.76	corpcopete@yahoo.com erald971@cantv.net	Calle Guanchez, Local 15. Los Dos Caminos. Caracas
CORVEL MERCANTIL, C.A. Peter Korda / Jorge Espinosa	Repr. Imp.	Transmisión Partes Eléctricas Equipo para Taller de Pintura Frenos	(0212) 571.4611	(0212) 575.0691	corvel@telcel.net.ve	Av. André Bello, Torre Fondo Común, piso 15 Oficina A. Caracas.
CRAZY MOTORS, C.A. Gustavo Enrique Sánchez	Dist.	Repuestos Ford	(0212) 690.3012 690.3358 690.1445	(0212) 693.1959	crazymotors@cantv.net	Av. Ciudad Universitaria, Edf. Residencias Los Chaguaramos, P.B. Local 4. Los Chaguaramos. Caracas

CUARE DIESEL INYECCION, C.A. Miguel A. Quevedo / Vitelio Reyes	Det.	Venta de Repuestos Cumns	(0212) 235.1014 239.9091 238.3775	(0212) 235.1014 239.9091 238.3775	cuarediesel@cantv.net	Calle Capitolio con Calle Tamanaco, Edif. Deldes, local 2 P.B. El Marques, Caracas.
DAEWOO MOTOR VENEZUELA, S.A. Sang Sirl Bae	Repr.	Repuestos en General	(0212) 952.2829 952.7620 952.6112	(0212) 953.0037 953-3051	mdiaz@dmv.com.ve	Av. Las Mercedes con calle Guaicaipuro, Edf. Forum, Piso 11. El Rosal. (Frente a la Torre de Banesco). Caracas
DEAR C.A. Elisabeth y Anna Deambrogio	May. Dist	Carrocerías, Cauchos, Rines y accesorios	(0212) 753.8644 753.8844 753.8744 751.32.22	(0212) 751.7404	annadeambrogio@dear.com.ve mercadeo2@dear.com.ve	Calle el Tocuyo, Quinta Dear, Colinas de Bello Monte, Caracas.
DI STASI MOTORS, C.A. Ricardo Di Stasi / Michele Di Stasi	Conc	Concesionario Honda	(0212) 285.7779	(0212) 284.6174	www.distasi-honda.com.ve eleonora@distasi-honda.com.ve	3era. Av. Los Palos Grandes con 3era. Transversal Edif. Araguaney P.B. Los Palos Grandes, Caracas.
DIANCAR, S.A. Oscar Vecchione	Det.	Transmisión Mopar GM	(0212) 484.6422 484.5093	(0212) 484.6574		Edif. Java, local 2, Av. Sur 4. Puente Soublette, Caracas.
DISTRIBUIDORA AIRE CLASSSIC, C.A. Samuel Rodriguez	Dist.	Radiadores, Condensadores, Evaporadores, Compresores y Componentes de Aire Acondicionado	(0212) 633.0061 633.2072 633.6367		aireclassic@cantv.net	Final Av. El Paseo, Edf. Arauca, Piso 1, Los Rosales. Caracas.
DISTRIBUIDORA MUÑOZ, S.R.L. Tomás Muñoz	May.	Repuestos en General Europeos y Brasileros	(0212) 256.2114 256.4468 256.1177 256.3739 256.3349	(0212) 256.2660	dmunoz@cantv.net	Sector Industrial Las Tinajas Edif. Pentu P.B. El Llanito, Caracas.
DISTRIBUIDORA OLY, C.A. Manuel Orlando López	May. Det. Imp.	Carburadores e injección	(0212) 631.0213 631.5486	(0212) 631.1832		Calle Capitán de Navio Felipe Estévez, con Av.Los Totumos. El Cementerio, Caracas.

DISTRIBUIDORA VILOP, C.A. Luis López Rodríguez / Juan Villanueva	May.	Repuestosy Accecorios en General	(0212) 860.6595 860.3888	(0212) 863.3755		Av. Ppal. De Alta Vista, Frente a la Estación de Servicio Trébol, Galpón Amarillo Nº 27-30. Alta Vista Catia, Caracas.
DISTRIBUIDORA WILVEN, C.A. Adani Simkin	May.	Candados, Interconsola, Cables de batería, Alarmas Auto Max, Tazas y Accesorios	(0212) 237.0377 237.6792 239.0945 237.5270	(0212) 237.0377 237.6792 239.0945	leninere302@cantv.net.ve	Av. Romulo Gallegos cruce con 2ª Av. De Montecristo, Conjunto Residencial Los Almendros, Torre 2, Mezzanina 1, Ofc. 4 (Ref.: Encima del Banco de Vzla)
DISTRIBUIDORA YOSA, C.A. Jorge Karduss/Gianni Belussi	May.	Suspensión, Amortiguador, Carroceria, Correas.	(0212) 632.9901 633.0770	(0212) 633.5889 633.5458	yosa@telcel.net.ve	Av. Presidente Medina, local Nº 42 entre Calle María Teresa Toro y Calle Chile, Caracas.
DISTRIDUIDORA PROVEAUTO DE VENEZUELA Ivan Gutierrez / María Fernanda Gutierrez	May.	Dirección y suspensión	(0212) 362.5802 362.9044	(0212) 362.8381	maferg@cantv.net	Urbanización Industrial Los Naranjos, Sector Santa Cruz, Edif. Proveauto, Guarenas, Edo. Miranda.
DISTRIDUIDORA ROTUTO, C.A. José Faria Dos Santos	May. Det.	Tornillos, Herramientas, Conexiones, Mangueras, Lubricantes. Repuestos en general	(0212) 351.7011 351.7016 351.6340	(0212) 351.7011	rotutoca@cantv.net	Av. Atlantida, entre calles 4 y 5 al lado de Banesco. Catia La Mar. Estado Vargas.
EL CIGÜEÑAL, C.A. Luigi Gerbino Cali/Fabrizio Caia	Det.	Repuestos para Motores	(0212) 351.5829 351.7137 351.5530	(0212) 351.6248	fcaia@telcel.net.ve	Final Av. La Armada detrás del Edif. Centro Piar Catia La Mar, Edo. Vargas.
EL MOTOR AMERICANO, C.A. Raúl Pegan	May. Imp.	Partes para motor	(0212) 541.8301 541.8935 541.3320 541.9454	(0212) 541.1631	rpegan@motoramericano.com	1era. Av Las Flores con Sur 5, Puente Hierro, Caracas.
EL REPUESTO UNIVERSAL, C.A. Enrique Zanolety Echerria	Det.	Repuestos, Partes y Accesorios para automoviles y camiones	(0286) 9222491 923.0423	(0286) 922.3157	eruca1@cantv.net	Calle Maripa, Centro Universal, Locales 3 y 4. Puerto Ordaz, Estado Bolívar.

EL RESORTE EL RECA, C.A. Carlos Hernández Rodríguez	May. Det.	Dirección y Suspensión	(0212) 482.7758 484.3867	(0212) 484.7375	albert@etheron.net	Av. Norte Sur 4 Dolores a Mamez Edif. Job-Pim Local1. Quinta Crespo, Caracas.
ELECTRO AMPER, C.A. Juan Antonio Delgado	May.	Partes Eléctricas. Delta	(0212) 472.8242 443.0519	(0212) 4423027	pilydelgado@hotmail.com	Residencias El Parque Local 4 Calle Carabobo Urbanización La Paz. El Paraiso, Caracas.
ELECTRO AUTO REPUESTOS NVA. ESPARTA Antonio Martignetti	Det.	Frenos, Partes de Motor	(0212) 730.8155 730.5552 / 730.3397	(0212) 730.1770		Calle Pedroza Nº 20 La Florida, Caracas.
ESTACION DE SERVICIO COJEDES, S.R.L. Ronal Acevedo	Det.	Frenos, Transmisión	(0212) 632.8108 632.7733			Av Roosevelt con María Teresa Toro, (frente Forauto). Los Rosales, Caracas.
ESTACION DE SERVICIO CONTINENTAL HR, C.A. Américo Rodríguez Da Silva	Det.	Amortiguadores, Suspensión, Baterias y partes eléctricas	(0212) 861.6219 861.6390	(0212) 861.6573	bpconti@cantv.net	Av. Sucre, frente al Parque del Oeste, "Jovito Villalba". Catia. Caracas
ESTACION DE SERVICIOS LOS CERRITOS, S.R.L. José Domingo Silva de Abreu	Det.	Repuestos en General Todas la marcas	(0212) 322.4562 364.8147 323.1191	(0212) 323.1191		Carretera Panamericana kilometro 22-23. Los Teques, sector Los Cerritos, Los Teques, Edo. Miranda.
ESTACION DE SERVICIO PRADO DE MARIA Antonio Paulino García	Det.	Repuestos en General	(0212) 632.1355 632.0645	(0212) 632.0645	espmven@cantv.net	Calle Real de Prado de María con Av. La Línea. Prado de María, Caracas.
FAVPEP, C.A. Joao R. Ascencao	Det. Imp.	Repuestos y partes de motores cajas de vehiculos diesel	(0212) 471.4894	(0212) 471.4894	favpep@telcel.net.ve	Av. Rotaria Qta. Favpep La Paz, paralela estación del Metro La Paz

FEDERAL MOGUL DE VENEZUELA, C.A. Carlos Rondón/José Gregorio Hernández	May.	Partes de Motor.	(0245) 571.0011	(0245) 571.4453 571.9335 571.6528	crondon@fmo.com jose_gregorio_hernandez@fmo.com	Carretera Nacional Los Guayos. Guacara, Edo. Carabobo.
FIAT PARTS, C.A. Maurizio Vitale	May.	Repuestos Fiat, Toyota. Ford, Hyundai	(0212) 481.6922 481.7680 481.6754	(0212) 481.0576	fparts@telcel.net.ve	Edif. Vit-Mart P.B. Calle 200. Quinta Crespo, Caracas.
FIMOTOR, C.A. Hans Joachim Fischer	Det.	Repuestos en General	(0212) 234.2121 234.7476 234.2125 234.2501	(0212) 239.4496	fimotor@cantv.net	Av. Francisco de Miranda Res. Los Cortijos, locales 5 y 6. Los Ruices, Caracas.
FORD MOTOR DE VENEZUELA, S.A. Hector Rodríguez	Conc.	Distribuidores Ford	(0212) 993.2057 993.0908 993.4375	(0212) 993.7559	hrodrig2@ford.com	Calle Chivacoa, Torre Tamanaco, Urbanización San Román. Caracas (Grupo de Servicios Automotrices)
FRANCESCO FRASSINE & CIA, S.R.L. Vincenzo Franssine T.	Det.	Repuestos en General para Motores	(0212) 872.2531	(0212) 871.2387		Calle Perú entre 5ta. Y 6ta. Av. Nº 2. Catia, Caracas.
FRANPER INT., C.A. Francisco Pereira/Carlos Pereira	Repr. May.	Gama Automotriz, Accesorios, Herramientas y Repuestos Livianos	(0241) 878.3704 878.3705	(0241) 878.3706	franper@telcel.net.ve	Urbanización Industrial El Recreo, Calle A, Centro de Productividad Industrial, Galpón Nº 12. Valencia, Edo. Carabobo.
FRENAIRE, C.A. Héctor Rodriguez H.	Det.	Frenos de Aire	(0212) 484.6584 484.6824 481.1706	(0212) 484.3295		Puente Soublette. Quinta Crespo, Caracas.
FRENOS 7ma. AVENIDA, C.A. Antonio Cova	Det.	Frenos de Aire	(0212) 872.3142 872.1607 871.7429	(0212) 871.7429	frenos7av@hotmail.com	Septima Avenida, entre Calle Perú y Calle Bolívar. Catia, Caracas.

FRENOS SUN, C.A. German Pippoli	May. Det.	Bandas, discos de frenos - tren delantero	(0212) 351.6569/1060 352.2510/3053	(0212) 351.5895		Calle Alfarería, Edf. Sun, Urb. Week-End. Catia La Mar, Edo. Vargas
FRENOS Y AUTO REPUESTOS LOS COMPRADRES, C.A. Máximo Javier Zambrano	Det	Partes eléctricas, dirección, suspensión	(0212) 860.1596 862.6448	(0212) 862.8833	frenosloscompadresca@hotmail.com maximoz@cantv.net juanbautista@hotmail.com	Calle La Ceiba, Edif. La Ceiba Locales 1 y 2, El Manicomio. Catia, Caracas.
GOODLINES, C.A. José Ramón Melo	Repr. Imp.	Filtros Automotrices Millard	(0212) 532.1489/4031 532.0665	(0212) 532.1433	jrmelo@millardfilters.com	Km 5, Centro Manufacturero El Limoncito, Galpones 2 y 3, Filas de Mariche. Caracas.
GRUPO MOTOR LIFE, C.A. Antonio Colarusso	Repr.	Amortiguadores Bilstein, Eidach, Stillem	(0212) 472.4974 471.0542	(0212) 472.4974 471.0542	antonio@maxilub.com yousi.gonzalez@grupomotorlife.com	Calle 9 Edificio La Yaguara Industrial, Mezzanina 1. La Yaguara, Caracas.
HIDROMATICOS LA GUAIRA Guido Firmani	Imp. May.	Repuestos y Servicios Hidromaticos	(0212) 351.1293	(0212) 351.7531	marinafirmani@telcel.net.ve	Av. Ppal. Atlántida, cruce con Calle 7. Catia La Mar, Edo. Vargas.
HIDROMATICOS TIA MARIA Mario González	May. Imp. Det.	Cajas Automáticas Motores Trompas Cabinas Ford Chevrolet Dodge	(0212) 472.0683 472.5873 471.4372	(0212) 472.8417	hidrotiamaria@cantv.net	Calle Comercio vía La Yaguara, Local N-4. Bella Vista. Caracas
HIPERPARTS, C.A. Giuseppe Del Vecchio	Imp.	Juntas Homocineticas	(0243) 269.1780/ 5189	(0243) 269.5114	comercialnpmcy@telcel.net.ve	Av. Dr. Montoya Parcela 52-A Galpón Nº. 3-B. La Morita. Maracay. Estado Aragua
IMPEMEICA, C.A.. Gerardo Parts	Repr. Dist. Imp. May. Det.	Rodamientos, Estoperas, Cadenas, Piñones Reductores, Grasas	(0212) 286.9192	(0212) 285.4492	gprats@impemeica.com ventas@impemeica.com impemeica@cantv.net rheligon@impemeica.com	2da. Avenida Santa Eduvigis, Residencias Estancia Eduvigis, Local Comercial, P.B. Caracas

IMPORTACIONES ABEND PARTS, S.A. Bernardo Abend / Carlos Sacks	Imp.	Repuestos Automotrices en General	(0212) 576.8242 576.8629 571.6819	(0212) 576.8981	sacks001@msn.com abendparts777@msn.com	Final Av. Lecuna, Edif. Sucre & Cia. Piso 1 oficina Nº 6. El Conde, Caracas.
IMPORTACIONES MASTER INTERNACIONAL, C.A. Rafael Hernández	Dist. May.	Repuestos vehículos pesados	0416-6103652		neu.rafa@cantv.net neu.corp@cantv.net	Urb. Santa Fe Norte, Av. José María Vargas, Centro Comercial Santa Fe, Nivel C3, Local C3-68. Caracas.
IMPORTACIONES SUSPENTREN, C.A. Cesar Armando Campos	Imp.	Suspensión Moog y Tyco, Frenos Bendix, Crucetas Power Drive, Correas Dayco, Fan Clutches Hayden	(0244) 322.8111 322.2462 321.3943	(0244) 322.8111	suspentren@cantv.net	Zona Industrial La Chapa Parque Industrial Victoria Calle Nueva Sur, Locales 21-23. La Victoria. Estado Aragua.
IMPORTADORA BICIMOTO LTDA, C.A. Ni Yang Fen Fen/Sra. Paloma y Sr. Jaime	May.	Carrocerías y accesorios para vehículos	(0212) 451.5920 451.4157 451.5116 451.3047	(0212) 451.8902	bicimoto@cantv.net	Zona Industrial de San Martín, Calle D Galpón Nº 1. San Martín, Caracas
IMPORTADORA LOS TRES ASES, C.A. Diego Sena	Repr. May. Det.	Repuestos Cajas Automáticas	(0212) 371.17.04 371.18.15	(0212) 371.30.20	lostresases@cantv.net	Carretera Panamericana km. 13 Nº26 Urbanización Industrial Kerch San Antonio de los Altos/Los Teques. Estado Miranda
IMPORTADORA MOSEN, C.A. Guillermo Semprún Ruiz	May. Imp.	Repuestos de cajas hidromáticas y dirección hidraulica	(0212) 542.2297 542.06.28 Hab. 387-9528 0414.3338733	(0212) 545.47.97	nena_semprun20@yahoo.com nena_semprun@hotmail.com	Avenida Principal de Puente Hierro, Edificio Borinquen, Local C, P.B. Caracas
IMPORTADORA Y DISTRIBUIDORA AUTO REPUESTOS MERCIBUS, S.R.L. Francisco De Gouveia/Arturo Nunes Dias	May. Det.	Repuestos en General para Autobuses y Camiones	(0212) 451.5389 451.6943 451.79.95	(0212) 451.8945	mercibus@cantv.net	Av. Washington con Calle República, Quinta Antonieta. El Paraiso, Caracas.
INDY 500, S.R.L. Alfonso J. Monasterios	May.	Carrocería, accesorios, Dirección, Suspensión	(0212) 793.6955 793.71.60 782.89.10	(0212) 793.2664	indy500@cantv.net	Avenida Bogotá con Avenida Libertador y Plaza Venezuela, Edificio Edex Sotano. Los Caobos, Caracas.

INGENIERIA DE COMBUSTION C.A. Guido Orsi/Claudis Rosales	Rep. May.	Partes de Motor Rectificadores de motores	(0212) 860.2731 860.2732 864.4571	(0212) 860.2733		1 era Calle Ciudad Industrial de Catia, Caracas.
INGREPLENCA, C.A. Manuel Alberto Romero	May.	Partes para Motor en General	(0212) 482.4943 481.06.60	(0212) 482.6320	ingreplenca@cantv.net	Esquina Quebrado a Puente Nuevo, Torre San Pablo Local 5 Parroquia. San Juan, Caracas.
INTERRUPTORES SERIE C Frisne Piñate	Rep. Imp.	Iluminación Automotriz	(0212) 293.2133	(0212) 661.5285	frisnep@intercable.net.ve	Av. Universitaria, Edf. Maurica, Piso 1, Ofc. 1-A, Los Chaguaramos. Caracas.
INVERSIONES ALDORVEN, C.A. Juan Carlos Antunez	Repr. May.	Bujias Aldor y NGK	(0212) 286.4940 286.4297	(0212) 286.0321	williealdorven@cantv.net	Avenida Andrés Bello con 1ra Transversal Los Palos Grandes, Edificio Plaza 1 P.B. Ofc. 10 (detrás del Centro Plaza). Caracas
IVECO VENEZUELA, C.A. Salvatore Martelli	May. Repr.	Repuestos originales Iveco, todas las piezas y partes	(0244) 322.1695 322.2454 322.3172	(0244) 321.3401	mbruzual@iveco.com.ve	Urbanización Industrial Soco, Av. Ricaurte, Edif. IVECO, La Victoria, Edo. Aragua.
KANSEI MOTORS, C.A.. Vicente Sánchez Albarran	Dist. Imp. Det.	Repuestos Mazda y Ford	(0212) 793.2918 793.7362	(0212) 793.7362	vicensal@hotmail.com	Av. Andres Bello, entre Av. Buenos Aires y Av. Las Palmas. Los Caobos. Caracas.
LA BOLSA AUTOMOTRIZ, C.A. Bernardo Kozlovski	May.	Partes de Motor, Dirección, suspensión	(0212) 633.1222 632.7655 632.5422	(0212) 632.8354	kozlov@telcel.net.ve	Avenida Presidente Medina, Calle Internacional, Edificio L.B.A., Las Acacias. Caracas
LANDA MOTOR, C.A. Rosa María Abab/Oswaldo Landaeta	May.	Partes de Motor	(0212) 541.6922 541.6666	(0212) 541.5771	landamotor@cantv.net	Avenida José Antonio Paéz Edf. Members Paraíso entre Puente Hierro y Villa Zoila Caracas
LO TENGO CENTRAL, C.A. Nelson Santana	Dist.	Carroceria, Repuestos Daewoo - Hyundai - Kia	(0212) 237-6080 232.9684	(0212) 234.4117	ventas@dpaca.com	Av. Las Palmas con Calle Rio, Edf. Milena Parcela 19. Boleita Sur. (Frente a las Tiendas Montana)

LUBRICANTES UNION 21, C.A. Antonio Lomba Alonso	Dist.	Lubricantes-Filtros - Bujias.Linea de Productos en Spray para mantenimiento de Vehiculos	(0212) 600.5115 600.5270	(0212) 500.5210	lubricantesunion21@argentina.com breva@telcel.net.ve	Av. Francisco de Miranda, Cnetro Comercial Centro Plaza, Torre D, Piso 20, Ofc. 20-C. Caracas
M. PEREZ & CIA., S.A. Jesús Mejías	Det.	Repuestos en general	(0212) 482.5005 482.5038	(0212) 482.5005		Edificio Wallys, Local D, Calle 100 Puente Soublette. Quinta Crespo, Caracas.
M.M.C. AUTOMOTRIZ, S.A. Shuji Mataga/Antonio Martínez	Repr.	Vehículos Mitsubishi y Hiunday	(0212) 278.4100 278.4185 278.4215	(0212) 278.4120 278.4219	antonio.martinez@mmcautomotriz.com	Avenida Francisco de Miranda Edificio Centro Parque Canaima, piso 10, Los Palos Grandes, Caracas
MAREFRENCA, C.A. Joao C. De Gouveia/Gilberto De Gouveia	May.	Repuestos para frenos	(0212) 462.6363 462.9985 451.2914	(0212) 462.9985	marefrenca@cantv.net goveia@cantv.net	Primera Calle de Los Molinos Quinta Guillermina Urb. Los Molinos. San Martín, Caracas
MAVULCA REMA TIP TOP, S.A. Filippo Danelón	Rep. May.	Línea completa de productos para cauchero y reencauchadora	(0212) 241.1429 241.0198 242.7336	(0212) 241.3620	mavulca@cantv.net	Edificio Lance PB Calle 8. La Urbina, Caracas.
MERCANTIL GOMEZ, C.A. José Gómez	May. Dist.	Repuestos en General Marca Renault	(0212) 793.3940 782.2719	(0212) 793.3940	mercantilgomez@cantv.net	Avenida Las Palmas, Edificio Socamara, P.B. Local 2. (al lado del Teatro Las Palmas). Caracas.
MOVILPARTS REPRESENTACIONES Luis E. Aranguren	Repr.	Representante de fábricas	(0212) 975.2833	(0212) 975.3081	movilparts@cantv.net	Av. Rio Caura, Centro Empresarial Torre Humbold piso 22 Ofic. 22-12. Prados del Este, Caracas.
MULTIHERRAMIENTAS, C.A. Julio C. Mendoza	May. Dist. Imp.	Rodamientos, Transmisiones y Afines	(0212) 235.5045 235.5682	(0212) 237.8092	mherramientas@cantv.net	Av. Rómulo Gallegos Cruce con Calle Las Palmas Edif. Torre Don Leonardo Local 7 y 8. Boleita Sur, Caracas.

MUNDIAL DE REPUESTOS PAB, C.A. Paulo A. Bermúdez	May.	Tong Yang Industry C.A.	(0212) 443.4972 472.4189 514.3791	(0212) 472.0997	mundialr@telcel.net.ve	Calle Comercio Bella Vista, esquina Piedra Azul Vía La Yaguara, Caracas.
NICOLA CP, C.A. Nicola Cavallo	May.	Frenos, Partes Eléctricas, partes de motor	(0212) 271.0668 271.4657	(0212) 271.2641	nicolacp@cantv.net	1era. Calle El Dorado Nº 3. Petare, Caracas.
NOFFRA 2000 C. A. Víctor José Noffra	May. Imp.	Partes eléctricas automotrices en general	(0212) 237.33.55 237.65.12 237.65.21	(0212) 237.51.03	direcciongeneral@noffra.com	Final Calle Vargas, cruce con Buen Pastor, Edf. Alba, piso 2, Oficina 1. Boleita Norte. Caracas
ORIMPEX, C.A. Manuel Neves	May.	Repuestos en General	(0212) 381.1111 381.0111 381.0504	(0212) 381.1146 381.0543	orimpex@telcel.net.ve	Carretera vieja Guatire, sector Loma Linda, Edif. Orimpex. Guatire, Edo Miranda.
ORTACO, C.A. Luis Ortega Bejarano	May.	Repuestos en General	(0281) 269.8667 265.8051	(0281) 266.0125	sede_ortaco@cantv.net ortaco@cantv.net	Calle 23 de Enero Nº 8, sector Sierra Maestra, Puerto La Cruz, Edo. Anzoátegui.
PARTES AUTOMOTRICES G.C., C.A. Carlos Fragachán Guillermo Fragachán	Dist.	Partes Eléctricas Mitsubishi, Toyota, General Motors, Ford, Jeep	(0212) 944.1656		c_fragachan@hotmail.com c_fragachan@yahoo.es	Calle La Solera, Qta. Los Fraga. 2ª Tahona. Urb. La Trinidad. Caracas.
PARTES AUTOMOTRICES LAVCO, C.A. Henrry Lugo Rueda	Dist May Imp.	Cilindros para encamisar motor	(0212) 693.4326 693.2597 692.8446 693.1003	(0212) 693.3789	info@lavco.com.co camisaslavco@cantv.net pablolug@telcel.net.ve	Av. Universitaria Edif. Maurica, Local E, (frente a la Iglesia San Pedro). Los Chaguaramos, Caracas.
RANOLI, S.A. Jorge Rangel Arellano	May.	Accesorios	(0212) 451.9909 451.9487 451.8453 451.9430	(0212) 451.9430	ranoli@cantv.net	Av. José Angel Lamas Centro Industrial Palo Grande Edif. I piso 2. San Martín (al Lado del Hospital Militar). Caracas.

RENAULT VENEZUELA, C.A. Luis Horacio Rendon	Imp. Dist.	Vehiculos de la Marca Renault	(0241) 871.7115	(0241) 871.5396	luis.rendon@renault.com.ve	Zona Industrial Castillito, Calle 101, entre Av. 66 y 68, Edf. Renault. Valencia Estado Carabobo.
REPAFRENCA, S.R.L. Nady Hanania	Det.	Repuestos en General	(0212) 321.4239	(0212) 321.4239		Av. Bolívar Centro Comercial Yaty P.B. - 22. Los Teques, Edo. Miranda.
REPARMATIC, C.A. Alvaro y Alberto Alvarez Araujo	M R Dist D	Transmisiones Automaticas	(0212) 256.5476 256.4360 256.2164	(0212) 257.0427	reparmatic@cantv.net	Calle Las Tinajas, Edif. Esma Local 1-C Planta Baja. El Llanito, Caracas.
REPRESENTACIONES GODOY, S.A. José Antonio Godoy Gil	Rep	Representantes de Fabricas	(0212) 979.3722 979.3387 975.0911	(0212) 979.9886	josejr@regodoy.com brenda@regodoy.com	Calle Río Caura, Centro Empresarial Torre Humboldt, piso 17. Ofc. 17-12. Urb. Prados del Este. Caracas.
REPRESENTACIONES ITA, C.A. Clemente Bettin	Det.	Repuestos en General	(0212) 263.0491 (0414) 327.8788	(0212) 267.5485	cbettin@itaricambi.net	Av. Francisco de Miranda, Edif. Orinoco. Chacao, Caracas.
REPRESENTACIONES GUTIERREZ YUMAR C. A. Carolina de Gutierrez	Repr.	Repuestos en General	(0212) 762.4525 763.0325 761.5097	(0212) 762.9586	yumargutierrez@cantv.net	Av. Venezuela, Centro Comercial El Recreo, Torre Sur piso 10 ofic. 10-2. Bello Monte, Caracas.
REPRESENTACIONES MARIN VALLENOTTI José Francisco Marin	May.	Repuestos para vehiculos en General	(0212) 239.0906 238.3278 238.3615	(0212) 238.3450	marinjfm@cantv.net marinvallenotti@cantv.net	Calle Motatan con Pedro Manrique, Res. El Parque, local 5. El Marques, Caracas.
REPRESENTACIONES SIMOZA, C.A. Omar Simoza Rivas	R	Representante para Vzla de varias Fabricas	(0212) 944.6263 al 65	(0212) 944.6261	director@simoza.com	Av. 1 Centro Profesional Los Samanes, Piso 1, Ofc. 1-H, Los Samanes. Caracas
REPUESTOLANDIA, C.A. Miguel E. Guedez F.	Imp. May.	Repuestos y partes Automotrices de cualquier genero	(0212) 381.0452	(0212) 381.0350	mguedez@repuestolandia.com	Carretera Nacional Guarenas Guatire, Sector Las Flores Centro Industrial Las Flores, Local D. Estado Miranda.

REPUESTOS AGUILA, S.R.L. Francisco Rui Da Conceicao	Det.	Repuestos Accesorios Lubricantes	(0212) 265.0847 267.0186	(0212) 261.4790	Rui80@latinmail.com	Av. Francisco de Miranda, cruce con Calle Sucre. Chacao, Caracas.
REPUESTOS AUTOMOTRICES SUR ALTAMIRA, SURMICA, C.A. José Luis Canabal Cortizo	Det.	Repuestos Ford y Chysler	(0212) 267.2055 267.3060	(0212) 267.3066	Surmira@telcel.net.ve	1era. Av. Sur Altamira. Chacao. (a 100 mts de la Torre Britnica). Caracas.
REPUESTOS CALAMON, C.A. Pedro J. Acevedo	May. Det.	Repuestos en General	(0212) 870.2727 870.1577	(0212) 870.0639	repuestoscalamon@cantv.net	Av. Bolívar Nº 27 Frente Esquina El Cristo. Catia, Caracas.
REPUESTOS E HIDROMATICOS BELLO CAMPO, C.A. Santiago Poo	Det.	Repuestos en General para Autos y Camiones	(0212) 532.0197 532.1660	(0212) 532.0981		Carretera Santa Lucia Km 9, sector La Candelaria Filas de Mariche, Petare.
REPUESTOS EL DORADO, C.A. Luis Francisco Pérez Pérez	May.	Repuestos en General	(0212) 271.9731	(0212) 271.0793	redoca@cantv.net	Av. Francisco de Miranda Centro Comercial El Dorado, Local 3. Petare, Caracas.
REPUESTOS EL FARO Elio R. Fajardo	Det.	Repuestos en General	(0212) 781.4590 781.7919 781.9664 781.6042	(0212) 781.6042		Av. Lima con Av. Rio de Janeiro, Quinta Albenga. Los Caobos, Caracas.
REPUESTOS EL LLANITO, C.A. Publio Ballesteros	Det.	Repuestos en General Toyota	(0212) 272.0905 271.6778 693.0944	(0212) 272.1152	cars_llanito@cantv.net	Av. Francisco de Miranda, Edif. Cristal, Local 6. La California.
REPUESTOS EL PARAISO, C.A. Jaime R. Coelho/Antonio Coelho	May.	Repuestos y accesorios para vehículos	(0212) 241.1920 242.4411	(0212) 241.4262	jaime@relparaiso.com carolina@relparaiso.com	Calle 6 con Calle 9, Edif. Atlas. La Urbina, Caracas.

REPUESTOS ENACAR, C.A. Francesco Puchetti	May. Dist. Imp.	Repuestos en General Marca Fiat	(0212) 662.5924 662.1581 662.5995 693.0829	(0212) 662.5924	enacar@cantv.net	Av. Universitaria, Edif. Los Chaguaramos Locales 2 y 3. Los Chaguaramos, Caracas.
REPUESTOS EQUIPOS Y ENGRANAJES, REQUIECA Eddo Polesel/Tiziana Polesel	Repr. May. Dist.	Repuestos en General para Camiones y Remolques	(0212) 471.1061 471.0442 471.1517 471.3486 471.3480	(0212) 471.0043 471.3856	mpolesel@telcel.net.ve rqtizpo@telcel.net.ve	Av. Ppal. De la Yaguara, Edif. Requieca. La Yaguara, Caracas.
REPUESTOS ESCALONA, C.A. Albert M. Raffay	May. Dist.	Repuestos en General	(0241) 857.8437 857.9027	(0241) 858.7523	re1961@cantv.net ar8488@hotmail.com	Av. Fernando Figueroa, Centro Comercial Escalona Local Nº. 1. Valencia, Edo. Carabobo.
REPUESTOS GARCIA, C.A. Digno García Estevez	May.	Parabrisas y Partes de Carrocerias para autos y camiones	(0212) 263.9826 263.7141 263.9826 266.3889	(0212) 261.4719 261.8193	rgarciaca@cantv.net digarcia@cantv.net	1ª. Avenida de Sur Altamira, Quinta Don Ramón Nº 411 (saliendo hacia la autopista). Caracas.
REPUESTOS HIDROMATICOS BERMER, C.A. Giorgio Forti/Miriam Guerrero	May.	Repuestos transmisiones hidraúlicas	(0212) 751.7035 753.1980	(0212) 753.2075	gforti@bermer.com.ve mguerrero@bermer.com.ve	Av. Ppal de Bello Monte, Centro Comercial Olimpico, Colinas de Bello Monte, Caracas.
REPUESTOS ITALPARTS, C.A. Nadia Santoro De Angelis	May.	Repuestoa para Maquinaria Pesada	(0212) 232.5068 232.0654 239.5639	(0212) 239.5639	www.italparts.com.ve ritalparts@cantv.net	Av. Las Palmas 4ta. Tranversal de Boleita Sur, Centro Industrial Boleita P.B. Local 14, Boleita Sur, Caracas.
REPUESTOS LOS TRES HERMANOS II, C.A. Pablo Domenicone	May.	Partes y Piezas de Motores	(0212) 351.8483 351.7289		rthii@telcel.net.ve	Urb. Balneario, Calle 5, Resd. Los Tres Hermanos, PB. Catia La Mar. Estado Vargas.
REPUESTOS MANAURE, C.A. Giuseppe Penelope	Imp.	Partes y Piezas de Motores y Partes Varias.	(0239) 248.48.56	(0239) 248.5190	repmanaure@cantv.net	Calle Miranda Nº. 32, Quinta Aurimari. Charallave. Estado Miranda.

REPUESTOS NUÑEZ Gonzalo A. Núñez	May.	Repuestos y accesorios en General para autos	(0212) 542.3539 542.3484 542.3566	(0212) 542.3539	rpenunez7@hotmail.com	Av. Los Claveles Nº 33, Las Flores de Puente Hierro, Caracas.
REPUESTOS PAMACA, C.A. Jordi Macia Ferre	Dist	Distribuidor Autorizado Ford	(0212) 633.2234	(0212) 633.60.19	jordi.macia@pamaca.com raquel.sojo@pamaca.com ventas@pamaca.com	Av. Presidente Medina (Av. Victoria) Edf. Jenny. P.B. Las Acacias. Caracas
REPUESTOS POLIMOTOR, C.A. Julio Noguera V.	Imp. May. Dist.	Repuestos para Vehiculos en General	(0212) 872.2980 872.2677 872.7320	(0212) 872.7320	polimotor@cantv.net	Calle Panamerican, Esq. Humbolt entre Calle Bolivia y Calle Ecuador. Catia, Caracas.
REPUESTOS PRUDENCIO, C.A. Prudencio Leal G.	Det.	Repuestos en General	(0212) 234.7996 234.7721 234.3063 234.2960			Av. Rómulo Gallegos, sector Montecristo Nº 47 Edif. Prudencio, (fte. Al Instituto Experimental). Caracas.
REPUESTOS QUINTA CRESPO, C.A. Manuel Pereira / Domingo Da Silva	Det.	Repuestos en General	(0212) 481.0274 481.5384 481.6416	(0212) 484.3193	manuelrqc@hotmail.com	Edif. Tricolor, Calle 300 Locales 1 y 2. Quinta Crespo, Caracas.
REPUESTOS REIGA, C.A. Donato Napoletano / Victor Napoletano	May. Det.	Repuestos Fiat	(0212) 632.6430 632.7765	(0212) 632.8251	repuestosreiga@telcel.net.ve	Av. Nueva Granada Edif. Cetro Comercial Nueva Granada, Locales 1, 2 y 3. Los Rosales, Caracas.
REPUESTOS REIMAR 2008, C.A. Reynaldo Hernández	Dist.	Amortiguadores, Empacaduras, Partes de Motor, Tren Delantero, Frenos, Bujias, Partes Electricas.	(0212) 373.6679	(0212) 372.9768	reimar2008@hotmail.com silverado 2000@cantv.net	Av principal de Las Minas, Edf. Industrial Margarita, Piso 3, Zona Industrial Las Minas. San Antonio de Los Altos.
REPUESTOS STUTTGART, C.A. Rita Martínez	Det.	Mercedes Benz Sierra	(0212) 762.7701 al 04 762.7818	(0212) 762.8079	restuttgart@cantv.net	Av. Francisco Solano cruce con Av. Las Delicias. Sabana Grande, Caracas.

REPUESTOS TACAGUA, C.R.L. Oscar Chinea/Carlos Vilagut	Det.	Repuestos en General	(0212) 263.8716 263.7671	(0212) 263.87.16	ochinea@cantv.net	Calle Los Angeles, Edif. Los Angeles, P.B. Chacao, Caracas.
REPUESTOS TAMANACO, C.A. Salvador Landi	Det.	Partes Eléctricas	(0212) 782.6910 782.4654	(0212) 782.9826	landi@telcel.net.ve	Prolongación Sur Av. Las Acacias Urd. San Antonio Quinta Tomus. Sabana Grande, Caracas.
REPUESTOS Y ACCESORIOS MATOS Tomas Matos	May.	Carrocería General Motors, Ford, Chysler	(0212) 481.1808 482.6408	(0212) 482.8304	ventas@ramcar.biz	Barcenas a Dolores, Edif. Royal, Local Nº 1 Quinta Crespo, Caracas.
REPUESTOS Y ACCESORIOS VER, C.A. José A. Bastidas F.	Det.	Suspensión, Motor, Frenos y Accesorios en General	(0212) 412.1954 412.1726	(0212) 412.1726	repuestosver@cantv.net	Calle Real El Junquito km 23, Edif. Virgen del Carmen Nº 8, El Junquito.
ROBERT BOSCH, S.A. Argenis Estelin/ Francisco La Fee	May.	Bosch / partes eléctricas carrocerias y accesorios	(0212) 239.8864 239.5580 239.6063 235.4655	(0212) 2396063	argenis.stelin@ve.bosch.com gerardo.uzcategui@ve.bosch.com francisco.lafee@ve.bosch.com	Final Calle Vargas, Edif. Centro Berimer P.B. (al lado de la Dim) Boleita, Caracas.
RODAMIENTOS MARTIN, C.A. Miguel A. Martin	May.	Rodamientos	(0212) 238.5711 237.0342	(0212) 234.1608 235.7053	roddimar@cantv.net celinadion@cantv.net	Av. Ppal. de Los Cortijos de Lourdes, Centro Los Cortijos P.B., Local 7. Los Cortijos de Lourdes, Caracas.
ROYAL ROX, S.A. Giorgio Rovandi/Carlos Villareal	Repr.	STP, PRESTONE, WD40, DEVCO, TRIDON, ROX, 3 EN 1, ROXAMBA	(0212) 362.5050	(0212) 361.2464	compras_royalrox@cantv.net	Zona Industrial del Este 2da. Avenida, Edif. rox. Guarenas, Edo Miranda
RUEDACARS, S.R.L. Pedro Villar	Det.	Repuestos en General	(0212) 482.2034 482.6369 482.3272	(0212) 482.2034 482.6369 482.3272		Puente Soublette, Edif. Imataca. Quinta Crespo, Caracas.

SAINT GOBAIN SEKURIT VENEZUELA, S.A. Luis Paéz/ Joel Mieres	Imp.	Parabrisas y Vidrios de Seguridad para Automoviles SEKURIT	(0241) 8641830 8345133	(0241) 871-8321	joel.mieres@saint-gobain.com lino.hernandez@saint-gobain.com	Zona Industrial La Quizanda, Calle 86, 4a Transversal, Galpones 109 y 110, Valencia. Estado Carabobo.
SCANIA DE VENEZUELA, S.A. Arnaud Dordilly	Imp. Conc.	Camiones y Autobuses SCANIA	(0241) 871.8090 871.5777	(0241) 871.5995	cid.almeida@scania.com rosaura.poleo@scania.com	Urbanización Industrial Castillito, Distriduidor Divenca, Prolongación Av. Brager, Parcela L-4 Valencia, Edo. Carabobo.
SERVICIO SEAUTO, C.A. Francisco Vecchionace	May. Dist Det. Imp.	Repuestos y Servicios Multimarcas	(0212) 264.5106 265.7354 267.0408 264.3924	(0212) 266.2744	seautocastellana@cantv.net seauto@cantv.net	Av. Blandin con calle Santa Teresa de Jesus. La Castellana. Caracas.
SILENCIADORES, C.A. (SILENCA) Jesús Rafael Utrera Guirados	Det.	Repuestos en General	(0212) 632.3542 632.3853 632.5012	(0212) 632.3542 632.3853 632.5012	turagua@cantv.net	Av. Nueva Granada Nº 54, sector La Bandera, diagonal a Nueva Granada, Caracas.
SKF VENEZOLANA, S.A. Mauro Favero	Repr. Imp.	Rodamientos, Estoperas, Grasas y herramientas montaje desmontaje	(0212) 242.3611 242.7211	(0212) 242.5329 242.6452	mauricio.d.rankovich@skf.com mauro.favero@skf.com franklin.m.da.silva@skf.com	Calle 8 entre 4ta. Y 5ta., Edif. El Condor. La Urbina, Caracas.
SYS TOTAL REPRESENTACIONES Oscar Sánchez	Repr.	Automotive Accessory Co, LT	(0212) 264.1243 264.1186 264.0118 264.1284	(0212) 264.0383	systotal@cantv.net	Av. Francisco de Miranda, Centro Perú, Torre A Ofic. 86 piso 8. Chacao, Caracas.
TALLER COBRA, C.A. Antonio Salvino Aguiar E.	Det.	Bombas de Agua venta y reconstrucción	(0212) 633.5937 633.2057 632.7316	(0212) 633.2611	tallercobra@cantv.net salvinoaguiar@hotmail.com	Calle Leoncio Martínez (detrás del INCE), Nº 08-14 Av. Nueva Granada, Caracas.
TALLER MECANICO NORTE SUR, C.A. Enrique Molina Bustamante	Dist. Conc.	Repuestos y accesorios Ford y General Motors	(0212) 484.85.31 al 38	(0212) 484.9408	toyocentro@cantv.net	Av. Sur 4, Esq. Puente Soublette, al lado de RCTV. Quinta Crespo. Caracas

TALLERES ROOTES, C.A. Francisco Pileggi	Conc.	Ford / Repuestos en General	(0212) 603.1200 6031300	(0212) 603.1203	oguerra@talleresroot.com.ve	Av. Presidente Medina, edif. Don Santiago P.B. Las Acacias, Caracas.
TECNICA FURLAN, C.A. Emilio Furlan	May.	Partes Eléctricas Bosch	(0212) 239.3024 237.7677	(0212) 238.1577	apfurlan@cantv.net	Edif. Orinoco, Segunda Calle Los Ruices, piso 4 local 4-B. Los Ruices, Caracas.
TECNO REPUESTOS, C.A. María Eugenia Acedo	Dist. Imp.	Repuestos Caribe, Range Rover, Hundai	(0212) 753.7591 753.8835 753.1913	(0212) 753.1365	tecnorep@telcel.net.ve	Av. Leonardo Da Vinci, Centro Comercial Bello Monte Local 1 B, Urb. Bello Monte
TMC DE VENEZUELA, C.A. Eduardo E. Irayeta N.	Det.	Repuestos en General	(0212) 472.4056 472.0706	(0212) 472.4056 472.0706	eduardo@infoline.wtfe.com	4ta. Calle de Carapa, Edif. Fotocrom (diagonal a Discomodio). Antimano, Caracas.
TOTAL FRENOS CARACAS, S.A. Pablo González	Dist. May. Imp.	Frenos Automotrices	(0212) 244-4222 244.4232 244.3177 243.9533	(0212) 243.9154	pagonde@cantv.net	Calle 3-B Edf. Murrieta Piso 1. La Urbina. Caracas.
TOYOTA DE VENEZUELA, C.A. Joaquin Pereira	May.	Repuestos en General Toyota	(0212) 242.4622 243.6871	(0212) 242.3426 242.1950 243.6871	jpereira@toyota.com.ve repuestos@toyota.com.ve	Urb. La Florencia a Valencia, Calle la Cuesta K carretera Petare, Edo. Miranda
TROCASAN, C.A. Asunción Canal Cortinas	May.	Repuestos en General	(0212) 383.1816	(0212) 383.3856		Calle Cecilio Acosta, Galpón Carrizal, Edo. Miranda. (al Lado del Agua Mineral Las Rocas)
VAS VENEZUELA, S.A. Enrque García	Repr Imp. May.	Volkswagen / Audi / Skoda	(0241) 613.4022	(0241) 613.4095	egarcia@vw.com.ve	Av. Norte-sur L4, Parcela L26 Zona Industrial Castillito. Valencia, Edo. Carabobo

VEN AMERICAN, C.A. Steven Kruss/América Segovia	May. Imp.	Partes de Motor, Suspensión, frenos, Dirección	(0212) 481.0921 481.6853 481.1224 481.7311	(0212) 481.1768	venamerican@cantv.net asegovia@venamerican.com .ve	Esq. Puente Soublette, Sur 4. Quinta Crespo, Caracas.
VENEPARTS, C.A. Maurizio Vitale	May.	Partes Internas de Motor	(0212) 482.7718 482.3383 484.4040 484.0716	(0212) 481.2856	veneparts@cantv.net	Calle 200, Edif. Veneparts. Quinta Crespo, Caracas.
VERGARA HERMANOS, C.A. Raúl Vergara Hdez	Imp. Det.	Repuestos en General	(0212) 693.8965 690.1132 690.1261	(0212) 690.0965	vergara@cantv.net	Av. Presidente Medina, Residencias San Remo Locales PB 1, 2, 3, Urb. Las Acacias, Caracas.
VEXPORT DISTRIBUIDORES VENEZUELA, C.A. (VEXDIVECA) José Cinnirella	Imp.	Radiadores, Condensadores, Embragues, Tanques, Electroventiladores, Bujias, entre otros	(0212) 793.4662 793.4483 793.4318	(0212) 793.4414	vexdiveca@cantv.net	Av. Andres Bello con Calle La Colina, Qta. Martha. Los Caobos. Caracas
VIDRIOS MODICA, C.A. Giovanni Igliozzi Modica	Dist. May. Det.	Venta e Instalación de Vidrios Automotrices	(0212) 461.1304/ 451.9810	(0212) 451.98.10	vidriosmodica@hotmail.com	Calle "C" Galpon Nº. 12, Zona Industrial San Martin. Caracas.
VLADIMIRO ERTANI, C.A. Vladimiro Ertani Raici	May. Dist. Imp.	Repuestos para Maquinaria Agricola	(0212) 781.9620 781.9922 781.9564	(0212) 781.9731	vladiran@cantv.net	Callejón San Camilo, Edif. Socamara, Local 1 Las Palmas, Caracas.
VORDICA CARROCERIAS, C.A. Williams Alfaro / Luis Simoza	May.	Repuestos en General	(0212) 632.1034 632.0383 632.1629	(0212) 632.4292	jacevedo@cantv.net vordicacarrocerias@cantv.net mherrera1@cantv.net	Av. Rosevelt, Galpón Nº. 2, Local Sánchez & Cia. Urb. Prado de María. Caracas.

ANEXO 4

CONSORCIO EXPORTADOR GRUPO

REGLAMENTO INTERNO

COMO GRUPO EXPORTADOR

Versión 110303

1. Objetivos del consorcio.

El Consorcio Exportador Grupo ..... tiene el objetivo de contribuir al proceso de internacionalización de las empresas que lo integran, facilitar su incorporación a la actividad exportadora o aumentar sus exportaciones y diversificar sus mercados, según corresponda.

Complementariamente, el consorcio estimulará la cooperación entre sus integrantes a través de actividades orientadas a la complementación comercial, productiva, tecnológica y de recursos humanos, a fin de facilitar la elevación de sus niveles de productividad y de capacitación de su personal.

El Consorcio Exportador Grupo ..... contribuirá al desarrollo del sector metalmecánico a través de su participación en CIMCC, y al desarrollo regional mediante su colaboración con PROCORDOBA y otras entidades públicas y privadas comprometidas con ese objetivo.
El Consorcio Exportador Grupo ..... también procurará establecer relaciones de colaboración con Universidades, Institutos y otros entes, públicos o privados, que puedan coadyuvar a la consecución de sus objetivos y demanda de servicios.

2. Acciones encaminadas a ese objetivo.

- Designar un Coordinador.

- Formular un Plan de Negocios para un período mínimo de doce meses.
- Diseñar un Plan Estratégico de penetración en mercados exteriores e implantación táctica del mismo.
- Definir la oferta exportable del Grupo.
- Ejecutar el Plan de Negocios, incorporando las correcciones que fueren necesarias.
- Constituir un Fondo Cooperativo Común a los efectos de propender al sostenimiento operativo-administrativo del Grupo ..... y el financiamiento de las acciones que en el marco del mismo desarrollen las empresas que lo conforman.
- Identificar ámbitos de cooperación intragrupo que puedan generar beneficios para las empresas participantes.
- Desarrollar ámbitos de participación institucional, en el sector público y privado, en el país y en el exterior, para el consorcio.
- Gestionar el apoyo de organizaciones privadas para las actividades del consorcio, así como también la obtención de cofinanciamiento y/o excenciones impositivas de programas públicos de cualquier jurisdicción, para facilitar la realización de las referidas actividades del grupo y/o de las empresas del consorcio, cuando las mismas contribuyan al logro de los objetivos planteados.

3. Normas generales de funcionamiento.

- No obstante lo señalado en los puntos 1 y 2, las empresas integrantes del consorcio conservan su independencia para definir su política industrial y comercial, en el mercado doméstico.
- Cada empresa en particular es responsable exclusivamente por las operaciones comerciales que pueda concertar y ejecutar.

- El Plan de Negocios contendrá dos tipos de actividades: las que beneficien a todas las empresas del consorcio y las que solamente involucren a algunas empresas del mismo.
- El Plan de Negocios deberá contar con la aprobación unánime de todas las empresas. Si bien se procurará obtener cofinanciamiento para las actividades incluidas en el mismo, todas las empresas deberán comprometer su aporte para las del primer tipo, mientras que en el segundo caso esta obligación alcanzará solamente a las empresas beneficiarias.
- Cuando se trate de actividades del segundo tipo, es decir donde no participe todo el consorcio sino dos o más empresas del mismo, se reflejará por escrito en un convenio las obligaciones que asumen al respecto las citadas empresas.
- Todas las empresas del consorcio tendrán derecho a participar en las actividades del segundo tipo, previo aporte pertinente.
- Para las actividades del primer tipo, las empresas comprometerán el mismo aporte. Cuando se trate de actividades del segundo tipo, las empresas participantes podrán acordar otros criterios que se reflejarán en el convenio citado anteriormente.
- Todas las empresas consorciadas tendrán acceso simultáneamente a la información comercial o de otra naturaleza que reciba el consorcio.

4. Obligaciones de los miembros.

- Respetar en todos sus términos el presente Reglamento Interno.
- Aportar al Fondo Operativo Común según las normas que se adopten al respecto. Todos los aspectos relacionados con el Fondo Cooperativo Común tales como forma de constitutición, modalidad

de aporte de las empresas consorciadas, administración de los fondos, tipo de erogaciones que cubrirá, entre otros, se decidirán en reunión plenaria de miembros y se plasmarán en un documento aparte, el cual será incluido como Anexo al presente reglamento.

- Participar en las reuniones plenarias.
- Propender al desarrollo de la imagen del consorcio en todos los ámbitos posibles.
- Abstenerse de incurrir en prácticas desleales de comercio que puedan afectar a otros miembros del consorcio, tanto en el mercado interno como en el mercado internacional.
- Cumplir los compromisos contraidos con clientes del exterior, en especial cuando se trate de operaciones generadas por el consorcio.
- Salvaguardar los intereses del consorcio y de las empresas que lo integran, en todo momento y lugar donde ello sea posible.
- Elevar, en cada empresa, el nivel de calidad de su organización, de sus procesos y de sus productos.
- Propender al desarrollo de sus recursos humanos.

5. Autoridades del Consorcio Exportador Grupo .....

- Reunón plenaria de los miembros.
- Comité Ejecutivo.
- Coordinador.

6. Reunión plenaria de miembros.

- Sesionará como mínimo una vez al mes.

- La presidencia de la reunión estará a cargo de un miembro del Comité Ejecutivo, quien será asistido por el Coordinador.
- Las empresas miembros deberán estar representadas por su titular, un directivo o funcionario que acredite capacidad de decisión en nombre de la empresa, para los temas de la respectiva agenda.
- Las empresas podrán participar en las reuniones plenarias con hasta dos representantes.
- Cada empresa tendrá un voto.
- Todas las empresas estarán obligadas a pronunciarse sobre los temas de la agenda, en la misma reunión o a lo sumo en la subsiguiente. Su ausencia en esta última, o la falta de pronunciamiento sobre uno o más temas implicará su aceptación.
- Cuando el tratamiento de uno o más temas no pueda esperar la realización de otra reunión plenaria, el Comité Ejecutivo, o quien éste designe, podrá solicitar a la/s empresa/s que se expidan en forma inmediata sobre el tema en cuestión, hayan estado presentes o no en la respectiva reunión plenaria.
- El consorcio determinará en las reuniones plenarias los temas que quedarán a cargo del Comité Ejecutivo, con facultades de decisión al respecto.

7. Comité Ejecutivo.

- Asumirá la representación formal del grupo consorciado.
- Estará integrado por los representantes de tres empresas del consorcio que participen en nombre de éstas en las reuniones plenarias, los cuales tendrán igual jerarquía en las decisiones que deba adoptar el Comité Ejecutivo.
- Se reunirá como mínimo dos veces al mes, o a solicitud de cualquiera de los miembros del consorcio, o del Coordinador.

- El Comité Ejecutivo podrá adoptar decisiones sobre los temas que le delegue la reunión plenaria de miembros.
- Las reuniones del Comité Ejecutivo deberán contar con una presencia mínima de dos miembros.
- Las reuniones del Comité Ejecutivo estarán abiertas a la participación de otras empresas del consorcio.
- Los integrantes del Comité Ejecutivo serán designados en reunión plenaria con presencia del setenta y cinco por ciento o más de los miembros del consorcio.
- El Comité Ejecutivo cumplirá funciones por el período de un año.
- Los integrantes del Comité Ejecutivo podrán cumplir funciones en tal carácter durante dos períodos consecutivos. Podrán continuar en sus funciones, siempre que se manifieste unanimidad al respecto en una reunión plenaria con presencia del setenta y cinco por ciento o más de los miembros. En caso contrario, se considerarán en esta misma reunión otras propuestas y se resolverá por mayoría simple.

8. Coordinador.

La persona que coordinará y actuará en representación del Consorcio Exportador "Grupo ....." será elegida por unanimidad en reunión plenaria de miembros, con la presencia de al menos el setenta y cinco por ciento de los integrantes de dicho grupo. Para ello, las empresas consorciadas deberán definir los requisitos que los postulantes a ocupar el cargo de Coordinador deberán reunir, a los efectos de que, conforme a tales criterios, éstas puedan evaluar los candidatos y decidir quien desempeñará tal función.

El Coordinador deberá cumplimentar las siguientes obligaciones:

- Procurar y gestionar negocios para las empresas consorciadas y representadas exclusivamente.

- Formular el Plan de Negocios, con su respectivo presupuesto, y coordinar su ejecución.
- Convocar a reuniones, redactar una propuesta de agenda, llevar el registro de asistentes y el detalle de los resultados alcanzados en cada reunión.
- Representar al consorcio ante entidades del sector público y privado, en forma conjunta o no con alguno de sus miembros, según dispongan los integrantes del grupo.
- Distribuir ante las empresas del consorcio la información, comercial o de otro tipo, que reciba y/u obtenga de diferentes fuentes.
- Salvaguardar los intereses del consorcio y de las empresas que lo integran.
- Presentar ante las empresas del consorcio un informe periódico que resuma las acciones desarrolladas en representación del consorcio y/o de alguno de sus integrantes, y los resultados obtenidos en cada una de ellas. En tal sentido, las firmas que integran el consorcio deberán definir la frecuencia con la que el Coordinador deberá rendir cuentas de su accionar, no obstante lo cual éstas se encontrarán facultadas para solicitar informes de carácter extraordinario.

La duración en el cargo del Coordinador es indefinida. Ésta dependerá de lo que determinen los miembros del consorcio, en función de la calidad del desempeño que éste manifieste, los resultados obtenidos conforme a los objetivos y/o expectativas planteados, el grado de empatía con las empresas del grupo, su capacidad de representación, o de cualquier otro factor que las firmas consorciadas consideren válido.

Asimismo, el incumplimiento de las obligaciones definidas para el Coordinador, enunciadas anteriormente, será causa para su destitución.

9. Adhesión de otras empresas.

- El consorcio estará abierto a la incorporación de otras empresas mediante su adhesión al presente reglamento y al Plan de Negocios vigente. Las nuevas empresas también deberán hacerse cargo de las modificaciones a realizar en los folletos, CD, página web u otros del mismo tipo que utilice el grupo. Por último, el Comité Ejecutivo determinará si corresponde a las nuevas empresas efectuar un aporte extraordinario para compensar erogaciones realizadas por el grupo por actividades en curso en las que también participarán dichas empresas.

- La vinculación de las nuevas empresas con el consorcio podrá iniciarse por invitación de algún miembro del mismo, previa consulta en reunión plenaria, o a solicitud de aquéllas.

- Cuando considere la incorporación de nuevas empresas, el consorcio tendrá en cuenta la trayectoria de sus directivos o titulares, su antigüedad en la actividad así como también sus características en materia de organización, mercados, experiencia exportadora, procesos productivos, además de su solvencia y cumplimiento de las obligaciones fiscales y previsionales.

- La solicitud de incorporación de nuevos miembros deberá ser aprobada por unanimidad en una reunión que cuente con la presencia de todos los miembros del consorcio. En caso de inasistencia de algunos miembros, se convocará a otra reunión plenaria para tratar el mismo tema, en la cual se adoptará una decisión por unanimidad de los presentes, siempre y cuando los mismos representen el setenta y cinco por ciento o más de los miembros del consorcio.

10. Causas que determinarán la pérdida de la condición de miembro.

- Inasistencia a las reuniones plenarias del consorcio durante tres meses consecutivos, o a más del 50% de las que se realicen en doce meses consecutivos.

- Falta de aporte al Fondo Operativo Común durante tres meses consecutivos.
- Realización de actividades que afecten la imagen del consorcio y/o de alguno/s de sus miembros.
- Incurrir en prácticas desleales de comercio internacional, en el mercado interno o en mercados externos, que afecten o puedan afectar a empresas del consorcio.
- Falta de cumplimiento de compromisos con clientes del exterior asumidos en forma conjunta con empresas del consorcio.
- Exportación de productos que no alcancen los niveles mínimos de calidad comprometidos con clientes del exterior, en mercados desarrollados con empresas del consorcio, afectando la imagen del mismo.
- Quiebra de la empresa.

11. Procedimiento para la exclusión de empresas del consorcio.

- Será resuelta por unanimidad en una reunión plenaria de miembros del consorcio que cuente con una presencia minima del setenta y cinco por ciento de las empresas que lo integran.
- El Comité Ejecutivo del Grupo podrá considerar la existencia de atenuantes y proponer a la reunión plenaria de socios antes mencionada que se efectúe un apercibimiento a la respectiva empresa, sin proceder por el momento a su exclusión definitiva.

12. Renuncia de miembros del consorcio.

- Las empresas que forman parte del consorcio podrán renunciar a su condición de tales en cualquier momento. Las empresas renunciantes no podrán exigir compensación de ninguna especie al consorcio por los desarrollos alcanzados por el mismo. Las

empresas renunciantes deberán liquidar los saldos pendientes a favor del grupo o de algunas empresas del mismo por actividades realizadas o en curso de ejecución.

- Cuando se conozca el interés de una empresa por retirarse del consorcio, el Comité Ejecutivo y el Coordinador se reunirán con un representante de la misma para conocer en detalle los motivos que determinaron tal decisión y procurar una solución que permita su permanencia en el consorcio.
- Agotada tal instancia, en caso de mantener su decisión de renunciar, la misma deberá notificarse por escrito, con la firma del representante legal de la empresa.

13. Representación de otras empresas.

- El consorcio podrá representar a empresas productoras de bienes complementarios a los de su oferta, en uno o más mercados, a través de su sistema de promoción comercial por Internet y/u otra modalidad a definir.
- Las empresas que sean representadas por el consorcio suscribirán un contrato con el mismo donde se determinará el plazo de vigencia, productos y mercados comprendidos, así como también comprometerán a favor del grupo un importe fijo y/o porcentual sobre ventas en compensación por gastos de promoción, para contribuir al mantenimiento y consolidación del Fondo Operativo Común.

14. Representación comercial del grupo.

- El Coordinador asumirá la representación comercial del grupo, como así también cualquier otra persona escogida por mayoría simple en

reunión plenaria de miembros que no pertenezca a ninguna de las empresas del consorcio, para que lo represente en uno o más mercados, a fin de tomar contacto con potenciales importadores y/o representantes y desarrollar relaciones comerciales con los mismos.

- La función antes descripta podrá ser realizada por algunas empresas del consorcio y no necesariamente para todas las que lo integran.
- Las empresas participantes reflejarán en un convenio los alcances del acuerdo alcanzado.

15. Cooperación del consorcio con otras empresas o consorcios, del país o del exterior.

- El consorcio podrá alcanzar acuerdos de cooperación con otras empresas o grupos, para realizar actividades en forma conjunta en uno o más mercados, y reflejará los alcances de tales acuerdos en convenios específicos.
- El Consorcio podrá prestar servicios comerciales a terceras empresas, a través del respectivo contrato. Los montos generados por esta actividad se depositarán en el Fondo Operativo Común, para contribuir a su fortalecimiento y mantenimiento.

16. Domicilio.

- El Consorcio Exportador Grupo ..... tendrá dos domicilios que podrán o no coincidir. Uno especial que se utilizará para todos los efectos legales, y otro administrativo-comercial donde se mantendrá el archivo de toda la documentación, se recepcionará la correspondencia y, desde donde, al mismo tiempo, se centralizará y ejecutará la promoción comercial y desarrollo de contactos por Internet.

17. Anexos al presente reglamento.

- Todos los convenios específicos, así como las decisiones que adopte el consorcio en reuniones plenarias, que signifiquen un mayor detalle para el presente reglamento, se incorporarán al mismo como Anexos.