O/A.1
Y15
I
84820001
46157
a Kaytelan

PROVINCIA DE CORRIENTES
CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES

"RELEVAMIENTO, ELABORACIÓN Y DIFUSIÓN DE GUIAS PARA INVERTIR EN Y COMERCIALIZAR DESDE CORRIENTES"

INFORME FINAL
JULIO- 2007

LIC. EVA TANIA S. YEDRO
TEC. SOFIA MACHADO

CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES
BIBLIOTECA
Dr. Manuel
Belgrano

INDICE

RESUMEN EJECUTIVO	**4**
IDENTIFICACIÓN DE LOS TEMAS PRIORITARIOS PARA LOS PRODUCTOS SELECCIONADOS	**6**
1. Temas de consulta más frecuentes en relación con los productos más relevantes dentro de cada complejo productivo-cadena de valor identificado, por su contribución real al comercio exterior o por su potencial de desarrollo comercial a corto plazo.	**7**
1.1. Análisis de las respuestas e informes de la Dirección de Comercio Exterior y Facilitación Fronteriza, conforme su experiencia en la vinculación con el sector privado provincial.	**7**
1.2. Análisis de las respuestas y opiniones de las entrevistas realizadas para el Relevamiento del Directorio de Exportadores 2005-2006.	**23**
1.3. Análisis del cuestionario aplicado a los responsables de los sectores identificados (productores, cámaras, asociaciones, cooperativas, etc.).	**31**
Procesamiento de Datos	**37**
Empresas individuales. Procesamiento General	**37**
Empresas individuales. Procesamiento Sectorial	**52**
Sector Arrocero	**52**
Sector Apícola	**64**
Sector Citrícola	**76**
Sector Forestal	**87**
Sector Hortícola	**99**
Sector Genética ganadera	**109**
Cuestionario Cámaras, Asociaciones, Cooperativas, Referentes	**111**
ESTUDIOS ESPECÍFICOS	**122**
2. Elaboración de dos estudios para el asesoramiento técnico a inversores y/o potenciales exportadores: ➢ Invertir en Corrientes. ➢ Exportar desde Corrientes. A. Parte general B. Estudios específicos	**123**

2.1. Organizar la información que involucra materias propias de la Dirección de Comercio Exterior.	**124**
2.2. Solicitar información a los distintos organismos públicos y privados sobre los temas que exceden a la producción de dicha Dirección.	**124**
2.3. Generar información a medida para el armado de las guías	**126**
2.4. Analizar, organizar y procesar la información a fin de redactar los estudios específicos de manera accesible y práctica para el lector.	**137**
2.5. Traducir al inglés y portugués la guía Invertir en Corrientes.	**137**
ELABORACIÓN Y DIFUSIÓN	**138**
3. Elaborar y difundir las Guías de Inversión y de Comercialización	**139**
3.1. Compaginar las Guías "Cómo invertir en Corrientes" (en 3 idiomas: español, inglés y portugués) y "Pasos básicos para exportar desde Corrientes - A) Parte General. B) Estudios Específicos".	**140**
3.2. Diseñarlas y editarlas en soporte de papel (impresiones), digital (CD) y on-line (página web).	**140**
3.3. Elaborar una nómina de destinatarios clave para la difusión de dichas Publicaciones.	**140**
ANEXO GUÍAS	**188**
Pantalla y etiqueta versión en Cd	
Invertir en Corrientes	
Versión en español	
Versión en inglés	
Versión en portugués	
Exportar desde Corrientes	
A) Parte General	
B) Estudios Específicos	
➢ Guía para el exportador hortícola	
➢ Guía para el exportador forestal	
➢ Guía para el exportador de genética ganadera	
➢ Guía para el exportador apícola	
➢ Guía para el exportador citrícola	
➢ Guía para el exportador arrocero	

RESUMEN EJECUTIVO

El presente trabajo se enmarca en el Plan de fortalecimiento de la Dirección de Comercio Exterior y Facilitación Fronteriza (Corrientes Exporta) del Ministerio de Producción, Trabajo y Turismo de la Provincia de Corrientes y pretende contribuir al cumplimiento de sus objetivos:

1. Mejorar la calidad y pertinencia de la información disponible, a fin de reducir la dispersión y duplicación de esfuerzos en sectores directamente relacionados.
2. Fortalecer los servicios de asistencia técnica y asesoramiento a los productores y exportadores.
3. Incrementar las bases de datos de información de acceso a los mercados internacionales y a oportunidades de negocios, así como las vinculadas con la gestión de inversiones.
4. Desarrollar un Programa Sectorial de Comercio Exterior.
5. Promover internacionalmente los complejos productivos/sectores de mayor potencial a corto y mediano plazo.
6. Capacitar a los recursos humanos del sector privado en temáticas relevantes para el mejor aprovechamiento de las oportunidades de negocios.
7. Atraer inversiones a la provincia.

Para lograr que los flujos de comunicación funcionen de manera eficiente, resulta fundamental contar con información veraz, pertinente, actualizada y que, fundamentalmente, se encuentre disponible en un lugar físico conocido por los distintos actores involucrados en el proceso. Por otra parte, también se vuelve imprescindible que la información sea decodificada y presentada de una manera práctica, entendible y, en definitiva, útil para el aprovechamiento de personas que no son especialistas en la temática del comercio exterior ni en aspectos de la normativa y técnica financiera.

Para esto se analizaron los temas de consulta frecuentes que recibe la Dirección (Corrientes Exporta), en relación con los productos más relevantes dentro de cada complejo productivo-cadena de valor identificado en la Provincia, ya sea por su contribución real al comercio exterior o por su potencial de desarrollo comercial a

corto plazo. Una vez identificadas las demandas y temas de interés se procedió a seleccionar contenidos, analizar, organizar, procesar y generar información a fin de redactar los estudios específicos de manera accesible y práctica para el lector, elaborando 2 estudios para el asesoramiento técnico a inversores y/o potenciales exportadores:

1. Cómo invertir en Corrientes (en 3 idiomas: español, inglés y portugués);
2. Pasos básicos para exportar desde Corrientes
    - A) Parte General.
    - B) Estudios Específicos:
        - Arroz
        - Frutihorticultura
            - Citrus
            - Hortalizas
        - Forestal
        - Miel
        - Genética ganadera: semen y embriones.

Finalmente se procedió a diseñar y editar los estudios en 3 soportes: papel (guías), digital (CD) y on-line (página web), y se elaboraron dos nóminas de destinatarios clave para la difusión de ambas Publicaciones.

IDENTIFICACIÓN DE LOS TEMAS PRIORITARIOS PARA LOS PRODUCTOS SELECCIONADOS

Actividades

1. Temas de consulta más frecuentes en relación con los productos más relevantes dentro de cada complejo productivo-cadena de valor identificado en la Provincia, por su contribución real al comercio exterior o por su potencial de desarrollo comercial a corto plazo.

Metodología

1.1. Análisis de las respuestas e informes de la Dirección de Comercio Exterior conforme su experiencia en la vinculación con el sector privado provincial.

1.2. Análisis de las respuestas y opiniones de las entrevistas realizadas para el Relevamiento del Directorio de Exportadores 2005-2006.

1.3. Análisis del cuestionario aplicado a los responsables de los sectores identificados (productores, cámaras, asociaciones, cooperativas, etc.).

Producto

Un informe acabado de las demandas más frecuentes y temas de interés específicos de los productos seleccionados dentro de cada sector en relación con el comercio internacional.

1.1. Análisis de las respuestas e informes de la Dirección de Comercio Exterior conforme su experiencia en la vinculación con el sector privado provincial.

Para este punto se trabajó de la siguiente manera.

1.1.1. Entrevistas con el Dr. Juan Carlos Silberstein, director desde 1994 a diciembre de 2006 (actualmente de licencia en el cargo)

1.1.2. Análisis de planillas de atención al público facilitadas por el personal técnico: Lic. Susana Benítez, Lic. Mauricio Colombo, Lic. Roxana Filcman, Lic. Laura Haberle.

1.1.3. Entrevistas con el personal técnico para profundizar en sus experiencias de atención al público.

El presente informe se elaboró analizando las respuestas obtenidas de funcionarios y técnicos de la Dirección de Comercio Exterior y Facilitación Fronteriza de la

Provincia de Corrientes, quienes respondieron en base a las consultas que se les formularon, sobre los siguientes sectores productivos: Frutihortícola, Arrocero, Forestal, Apícola y Genética Ganadera.

Cabe señalar que no se obtuvo información sobre el sector de genética ganadera, donde se hizo referencia especialmente a semen y embriones. No cuentan con antecedentes de asesoramiento en dicha Dirección. Manifiestan de modo informal, que conocen la tendencia creciente de la actividad en la provincia, pero que probablemente haya sido una etapa más enfocada al desarrollo tecnológico en mejorar e innovar en producción, por lo que no han recibido consultas de asistencia técnica para la promoción comercial todavía. Sólo se asistió puntualmente a la empresa CIALE S.A. en la 31 Feria Internacional EXPOCRUZ, que tuvo lugar en Santa Cruz de la Sierra – Bolivia, en Septiembre 2006, donde la empresa participó de las Rondas de Negocios Internacionales, y se le organizó la agenda de reuniones.

A continuación se presenta un Informe estructurado de la siguiente manera:

- En primer lugar, un análisis de partida con las dificultades que se presentan con mayor frecuencia al momento de exportar y/o aquellos motivos que representan una traba para salir a competir en el mercado internacional.
- Luego, cada una de las respuestas obtenidas sobre las diferentes cuestiones específicas, intentando conocer con exactitud las necesidades de los empresarios de cada sector.
- Finalmente, la coherencia que existe entre el punto de partida de este análisis (dificultades y/o motivos que traban la exportación actual o potencial) y las demandas específicas.

El objetivo de este cruce de información es enfocar el contenido de las guías según las necesidades insatisfechas de información sectorial que tiene el empresariado correntino. Es decir, se busca con este análisis definir y ajustar la información a tener en cuenta para la elaboración de las Guías para invertir en y comercializar desde la Provincia de Corrientes.

Sector Frutihortícola

Se pueden apreciar varias características comunes que se presentan y dificultan a las empresas al momento de preparase para salir a competir internacionalmente.

Análisis de partida:

En las empresas con experiencia exportadora, las dificultades que se presentan al momento de exportar son:

- Capacidad de producción insuficiente
- Calidad que no reúne los estándares internacionales
- Desconocimiento de mercados internacionales
- Difícil acceso al crédito

En aquellas empresas que no tuvieron aún una experiencia de exportación, los motivos expresados fueron:

- No estar en condiciones de certificar calidad/trazabilidad
- Falta de recursos financieros
- Desconocimiento de los mercados internacionales.

Con esta información podemos definir que las empresas pertenecientes al sector furtihortícola de la Provincia de Corrientes no cuentan con dos de los requisitos imprescindibles para el comercio internacional, **cantidad y calidad.** Estos requisitos son de suma importancia debido a que la calidad en productos destinados al consumo humano es un factor determinante por cuestiones de sanidad, seguridad, inocuidad, etc.

Se puede apreciar que ambos grupos (con/sin experiencia) carecen de dos factores relevantes como ser el **conocimiento de los mercados** (perfiles, ferias, misiones comerciales) **y el acceso al crédito**, siendo estos requisitos imprescindibles para desarrollar una oferta exportable eficiente (desde la producción conforme los hábitos y exigencias de la demanda, hasta la comercialización de los productos en el exterior).

Análisis de respuestas específicas y coherencia: SECTOR FRUTIHORTICOLA

Podemos apreciar coherencia entre las preguntas específicas y los puntos resaltados anteriormente en el análisis de partida, citando la relación que existe entre las respuestas:

Respuestas generales		**Respuestas específicas**
Dificultades al exportar	**Motivos por los cuales no exportó**	**Información a incluir en las guías**
Capacidad de producción insuficiente		Esquemas asociativos: cámaras, consorcios y cooperativas. Grupos de exportación.
Calidad que no reúne los estándares internacionales	No estar en condiciones de certificar calidad/trazabilidad	Inscripciones e intervenciones : Organismos técnicos y de control del sector Capacitación: Talleres sectoriales
Desconocimiento de mercados internacionales	Desconocimiento de mercados internacionales	Mercado: oportunidades comerciales Promoción comercial: ferias internacionales, misiones comerciales Capacitación: Seminarios introductorios/generales Aspectos tributarios/aduaneros: Clasificación arancelaria Valoración en aduana Requisitos del país de destino Aranceles de importación Cotizaciones: Seguros Medios de pago

		Certificados/documentos Aranceles
Difícil acceso al crédito	Falta de recursos financieros	Financiamiento: Organismos/instituciones. Avales y garantías

Otros aspectos a tener en cuenta: en cuanto al tema **inversiones** las consultas más frecuentes apuntaron al **marco legal y condiciones** (Guía para invertir en corrientes)

SECTOR ARROCERO

Análisis de partida:

En las empresas con experiencia exportadora, la única dificultad que se presenta al momento de exportar, es:

- Desconocimiento de mercados internacionales

En aquellas empresas que no tuvieron una experiencia de exportación, los motivos según los empresarios fueron:

- Falta de recursos financieros
- Desconocimiento de los mercados internacionales.

Con esta información podemos definir que las empresas pertenecientes al sector no presentan mayores inconvenientes para desarrollar una actividad exportadora. Podemos decir que una caracteristica fundamental como la Calidad y o la certificación del producto no sería un impedimento, lo cual debe tenerse en cuenta como una fortaleza del sector.

Se puede apreciar que ambos grupos (con/sin experiencia exportadora) determinan como un impedimento el **desconocimiento de los mercados internacionales**. Esta es una respuesta frecuente, donde lo que deberiamos conocer es: a qué se refieren específicamente cuando expresan desconocer el mercado internacional, obteniendo esto de la comparación de las respuestas específicas relacionadas a esta expresión.

Análisis de respuestas específicas y coherencia: SECTOR ARROCERO

Se destaca que la información no cuenta con tanta coherencia, apareciendo respuestas específicas que no se corresponden con las respuestas generales sobre la problemática al momento de exportar. Sin embargo, el objetivo principal de este análisis es conocer la información requerida por los empresarios del sector a ser incluida en las guías, destacándose lo siguiente:

Respuestas generales		**Respuestas específicas**
Dificultades al exportar	**Motivos por los cuales no exportó**	**Información a incluir en las guías**
Desconocimiento de los mercados internacionales.	Desconocimiento de los mercados internacionales.	Mercado: Oportunidades comerciales Cotizaciones: Envases y embalajes Flete Seguros Medios de pago Promoción comercial: Ferias internacionales Zona franca de Paso de los Libres Capacitación Talleres sectoriales
Falta de recursos financieros		*debería incluirse información de fuentes o líneas de financiación para el sector.

Otras cuestiones a tener en cuenta para elaborar el contenido de las guías:

- Esquemas asociativos: información sobre **grupos de exportación.**
- Inversiones: especialmente inversiones extranjeras.

Sector Forestal

Se pueden apreciar varias características comunes que se presentan y dificultan a las empresas al momento de preparase para salir a competir internacionalmente.

Análisis de partida:

En las empresas con experiencia exportadora, las dificultades que se presentan al momento de exportar, son:

- Desconocimiento de los mercados internacionales
- Falta de capacitación de los RRHH
- Difícil acceso al crédito
- Dificultades en la logística internacional

En aquellas empresas que no tuvieron una experiencia de exportación, los motivos manifestados fueron:

- Desconocimiento de los mercados internacionales.
- Falta de capacitación de los RRHH
- Falta de recursos financieros/difícil acceso al crédito
- No estar en condiciones de certificar calidad/trazabilidad
- Barreras culturales/idiomáticas

Con esta información podemos definir que las empresas pertenecientes al sector forestal cuentan con problemas de diferente índole.

Se puede apreciar que ambos grupos (con/sin experiencia exportadora), reflejan al igual que los demás sectores consultados problemas como el **desconocimiento de mercados**, un **difícil acceso al crédito**, e incorpora la **falta de capacitación de RR.HH**. como problemática diferenciadora de los demás.

Análisis de respuestas específicas y coherencia: SECTOR FORESTAL

Podemos apreciar coherencia entre las preguntas específicas y los puntos resaltados anteriormente en el análisis de partida, citando la relación que existe entre las respuestas:

Respuestas generales		**Respuestas específicas**
Dificultades al exportar	**Motivos por los cuales no exportó**	**Información a incluir en las guías**
Falta de capacitación de los RRHH	Falta de capacitación de los RRHH	*Capacitación:* Talleres sectoriales Seminarios introductorios/generales
	No estar en condiciones de certificar calidad/trazabilidad	*Inscripciones e intervenciones* : Organismos técnicos y de control Mercado: Perfiles de mercado
Desconocimiento de mercados internacionales	Desconocimiento de mercados internacionales	*Mercado:* oportunidades comerciales perfiles de mercados *Promoción comercial*: ferias internacionales Misiones comerciales Cotizaciones Seguros Medios de pago/cobro Costos y precios según Incoterms Certificados/documentos Envase y embalaje Aspectos

		tributarios/aduaneros: Clasificación arancelaria Beneficios promocionales Requisitos del país de destino
Difícil acceso al crédito	Falta de recursos financieros	*Financiamiento:* Líneas de financiación y prefinanciación
Dificultades en la logística internacional		*Esquemas asociativos*: cámaras, consorcios y cooperativas. Grupos de exportación.
	Barreras culturales/idiomáticas	*Mercado:* Perfil de mercado.

Podemos apreciar además, otras inquietudes importantes que se deben tener en cuenta a la hora de elaborar las guías, como ser: las dificultades en la logística internacional, la trazabilidad/certificación de calidad, y las barreras culturales/idiomáticas.

SECTOR APÍCOLA

Se pueden apreciar varias características comunes que se presentan y dificultan a las empresas al momento de preparase para salir a competir internacionalmente.

Análisis de partida:

En las empresas que cuentan con experiencia exportadora, las dificultades que se presentan al momento de exportar, son:

- Desconocimiento de los mercados internacionales
- Calidad que no reúne los estándares internacionales
- Capacidad de producción insuficiente
- Dificultades en la logística internacional

En aquellas empresas que no tuvieron una experiencia de exportación, los motivos según los empresarios fueron:

- Desconocimiento de los mercados internacionales.
- No estar en condiciones de certificar calidad/trazabilidad
- Falta de capacitación de los RRHH
- Falta de recursos financieros/difícil acceso al crédito

Podemos considerar al sector apícola como el más complejo de los sectores bajo análisis, debido a que la problemática se centra en cuestiones fundamentales como el **desconocimiento de los mercados internacionales**, algo recurrente en nuestro empresariado; pero aquí vemos una cuestión muy importante que dificulta e imposibilita las acciones tendientes al comercio exterior: Nos referimos a la posibilidad de certificar **calidad o producir bajos los estándares internacionales de calidad**, esto se podría definir como el "gran obstáculo del sector" ya que si no se cuenta con este requisito, las posibilidades de vender al exterior se acotan de manera prominente.

Se pueden apreciar, como análisis específico de cada grupo (con/sin experiencia) que aquellas empresas que tuvieron una experiencia exportadora, además de los puntos mencionados en el párrafo anterior, focalizan sus problemática en la **capacidad de producción insuficiente** y **dificultades en la logística internacional**, estas dos ultimas expresiones no deben dejar de considerarse ya

guardan relación directa con los requisitos de *Cantidad y Continuidad* para el desarrollo del comercio internacional.

Finalmente, vemos que aquellas empresas que no cuentan con una experiencia exportadora, determinaron como un impedimento para exportar: la **falta de capacitación de los RRHH** y la **falta de recursos financieros/difícil acceso al crédito**. Estos dos puntos son relevantes ya que es un problema común para los distintos sectores, y nos sirve para reiterar las necesidades reales de los empresarios.

Análisis de respuestas específicas y coherencia: **SECTOR APÍCOLA**

Podemos apreciar coherencia entre las preguntas específicas y los puntos resaltados anteriormente en el análisis de partida, citando la relación que existe entre las respuestas:

Respuestas generales		**Respuestas específicas**
Dificultades al exportar	**Motivos por los cuales no exportó**	**Información a incluir en las guías**
	Falta de capacitación de los RRHH	Capacitación: Talleres sectoriales Seminarios introductorios/generales
Calidad que no reúne los estándares internacionales	No estar en condiciones de certificar calidad/trazabilidad	Inscripciones e intervenciones : Organismos técnicos y de control Mercado: Perfiles de mercados
Desconocimiento de mercados internacionales	Desconocimiento de mercados internacionales	Mercado: oportunidades comerciales Promoción comercial: ferias internacionales Misiones comerciales Rondas de negocios Envío de muestras Cotizaciones Envase y embalaje Seguros y fletes Medios de pago/cobro Costos y precios según Incoterms Tramitación de Certificados/documentos Aspectos tributarios/aduaneros:

		Clasificación arancelaria Beneficios promocionales Requisitos del país de destino Preferencias arancelarias
	Falta de recursos financieros	Financiamiento: Líneas de financiación y prefinanciación
Dificultades en la logística internacional		Esquemas asociativos: cámaras, consorcios y cooperativas. Grupos de exportación.
Capacidad de producción insuficiente		Esquemas asociativos: cámaras, consorcios y cooperativas. Grupos de exportación.

CONCLUSIÓN GENERAL DEL ANÁLISIS

Se puede afirmar que las empresas pertenecientes a todos los sectores bajo análisis, cuentan con necesidades de información específica para desarrollar su potencial tendiente al comercio internacional.

Además, los resultados de este análisis guardan especial relación con la reciente Encuesta Nacional de Necesidades de Pymes Exportadoras, que se propone revelar las dificultades y necesidades reales de las pequeñas y medianas exportadoras y propender a su solución efectiva a partir del encuentro y reconocimiento de las herramientas disponibles en el mercado.
El estudio forma parte del programa Acción Pymex, que cuenta con el respaldo de la Fundación ExportAr y de Pro Argentina, de la Sepyme. Los resultados del análisis de las cien primeras empresas que completaron la encuesta arrojaron, entre otros puntos, que la asistencia para el *"vínculo con potenciales compradores"* y para la *"promoción de productos"* es lo más requerido. También, que en materia de financiación el 80% de los empresarios necesita *créditos para promoción y ferias internacionales* y el 52%, para *capital de trabajo.*

Finalmente, se observa que las necesidades insatisfechas de información en nuestro relevamiento se expresan en forma contundente en todos y cada uno de los sectores bajo análisis, mencionando las mismas a continuación de forma gradual, yendo de las más a las menos requeridas.

<u>El 100% de los encuestados expresan :</u>
Desconocimiento de los mercados internacionales, con las siguientes necesidades específicas:

- Mercado
- Promoción comercial
- Cotizaciones
- Aspectos tributarios/aduaneros

Difícil acceso al crédito/falta de recursos financieros, con las siguientes necesidades específicas:

- Líneas de financiación y prefinanciación
- Organismos/instituciones
- Avales y garantías
- Inversiones extrajeras y nacionales

El 75% de los encuestados expresan:

No estar en condiciones de *certificar calidad/trazabilidad* y/o *no reúne los estándares internacionales*, con las siguientes necesidades específicas:

- Inscripciones e intervenciones: Organismos técnicos y de control
- Mercado: Perfiles de mercados
- Capacitación: Talleres sectoriales

El 50% de los encuestados expresan:

Dificultades en la logística internacional, con las siguientes necesidades específicas:

- Esquemas asociativos: cámaras, consorcios y cooperativas. Grupos de exportación.

Capacidad de producción insuficiente

- Esquemas asociativos: cámaras, consorcios y cooperativas. Grupos de exportación.

Falta de capacitación de los RRHH

Capacitación Talleres sectoriales. Seminarios introductorios/generales

El 25% de los encuestados, manifiestas necesidades de:

Barreras culturales/idiomáticas, donde se define como necesidad específica conocer:

- Mercado: Perfil de mercado. *Deberían considerarse los usos y costumbres más relevantes de los países importadores.

Esta clasificación gradual se realizó sólo con el fin de resaltar las necesidades expresadas con mayor frecuencia. No se pretende determinar la importancia de las mismas, sino conocer qué tipo de información requiere cada sector, para así enfocar y ajustar el contendido de las guías para invertir en y comercializar desde la Provincia de Corrientes.

1.2. Análisis de las respuestas y opiniones de las entrevistas realizadas para el Relevamiento del Directorio de Exportadores 2005-2006.

¿Quiénes participaron?

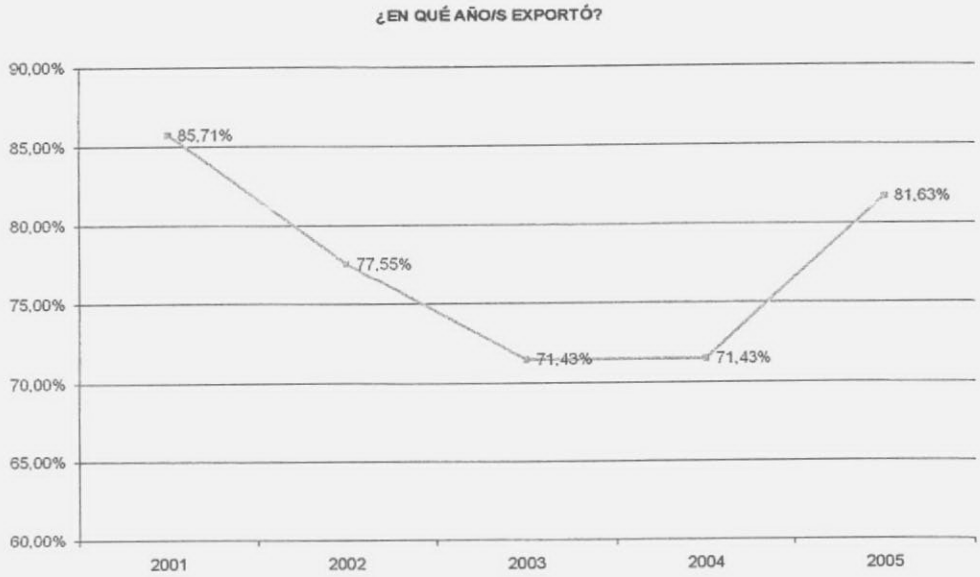
Empresas que reunían al menos uno de los siguientes requisitos:

1. Exportan/ron bienes o servicios en los últimos 5 años.
2. Realizan/ron acciones de internacionalización
   - Participación en ferias y rondas de negocios internacionales
   - Miembros de cámaras de comercio exterior, consorcios o grupos de exportación
   - Producción de folletería o página web en idiomas extranjeros
3. Prestan/ban servicios al comercio internacional (transporte internacional, servicios profesionales legales y contables, despachantes de aduana, etc.)
4. Se dedican/ban al turismo receptivo (hoteles, agencias de viaje, etc.)
5. Hayan sido productoras de bienes o servicios que exportados por terceros sin introducirles modificaciones

A continuación se detallan los resultados obtenidos de diversos puntos consultados: De los entrevistados, el 48,04% realizó en algún momento una exportación, mientras que el 51,96% no concretó hasta el momento ninguna operación.

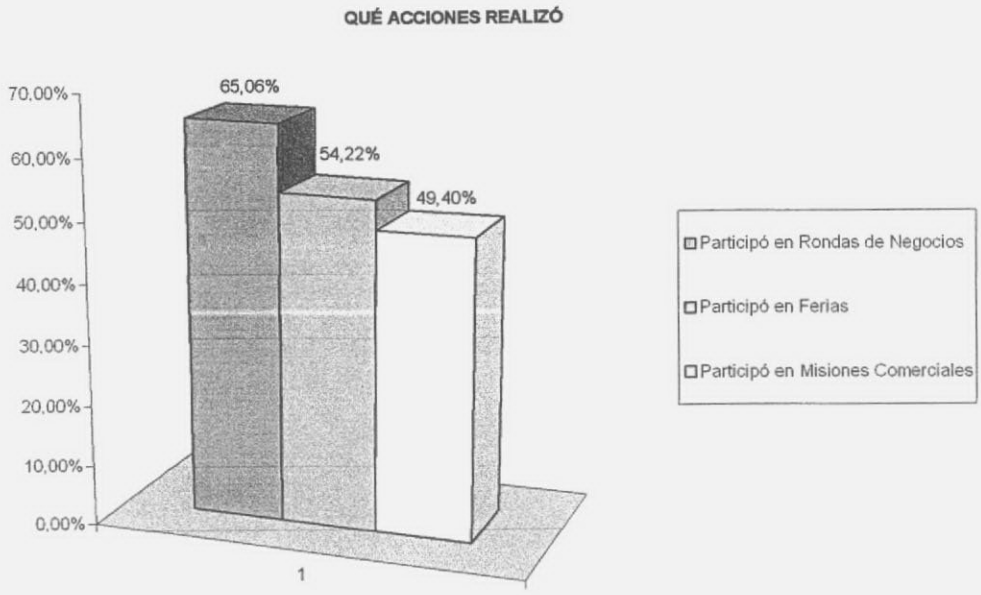
Se observa que el impacto de la devaluación del peso, colocándonos frente a los mercados internacionales con un tipo de cambio sumamente favorable para exportar, no se vio de manera inmediata. Menos empresas realizaron exportaciones

durante los primeros años post-devaluatorios, observándose un incremento durante 2005.

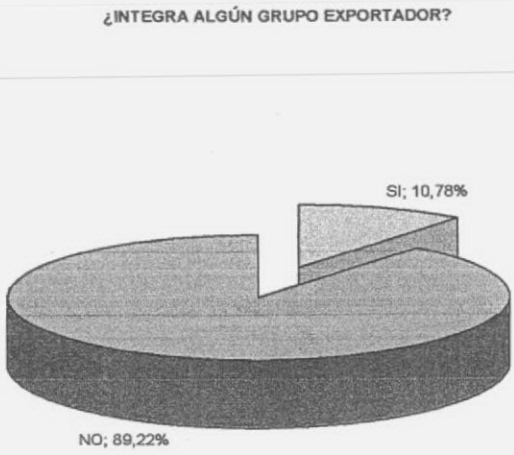


Sin embargo, más allá de las concreciones, un 81,37% afirma haber realizado alguna acción de promoción de sus productos con el fin de impulsar su ingreso a los mercados externos.

Dentro de las acciones de promoción comercial, los empresarios han participado de rondas de negocios, ferias y misiones comerciales, en ese orden de importancia.

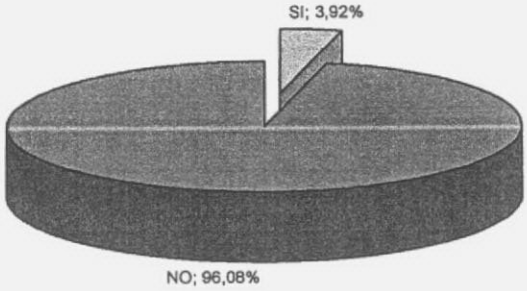


Con relación a encarar proyectos de manera conjunta, bajo algún esquema asociativo o similar, las respuestas reflejan que el 89,22% no forma parte de ningún grupo que tenga como objetivo la comercialización internacional de sus productos.

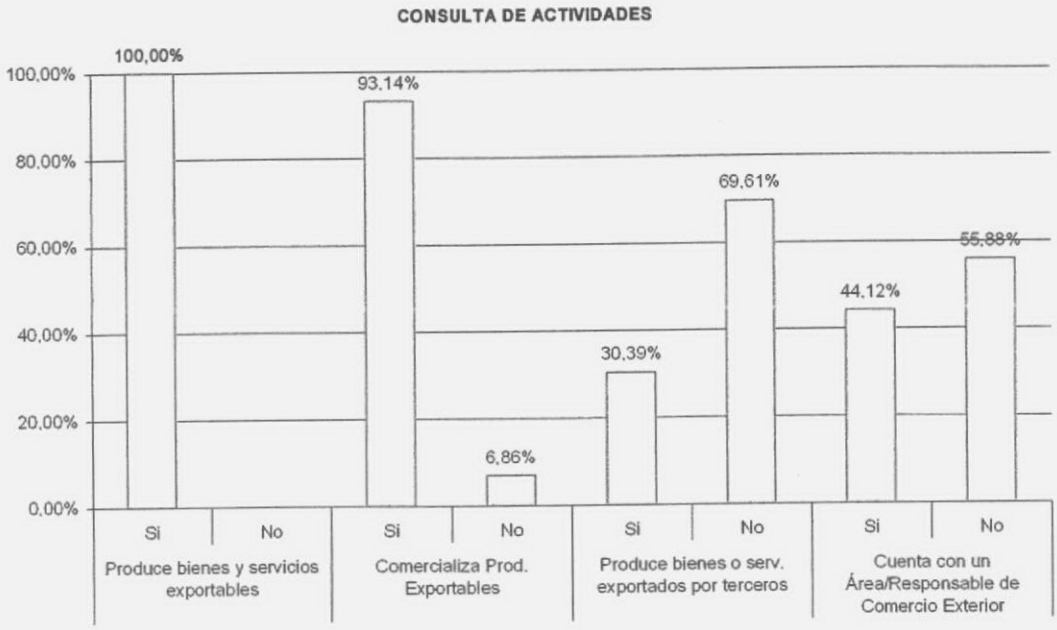


El 96,08% contestó que no forma parte de ninguna cámara de comercio exterior, pues de hecho en la provincia sólo Paso de los Libres cuenta con una, el resto de las localidades tiene cámaras de comercio, industria y servicios, pero no una específica para la actividad.

¿ESTÁ ASOCIADO A ALGUNA CÁMARA DE COMERCIO EXTERIOR?



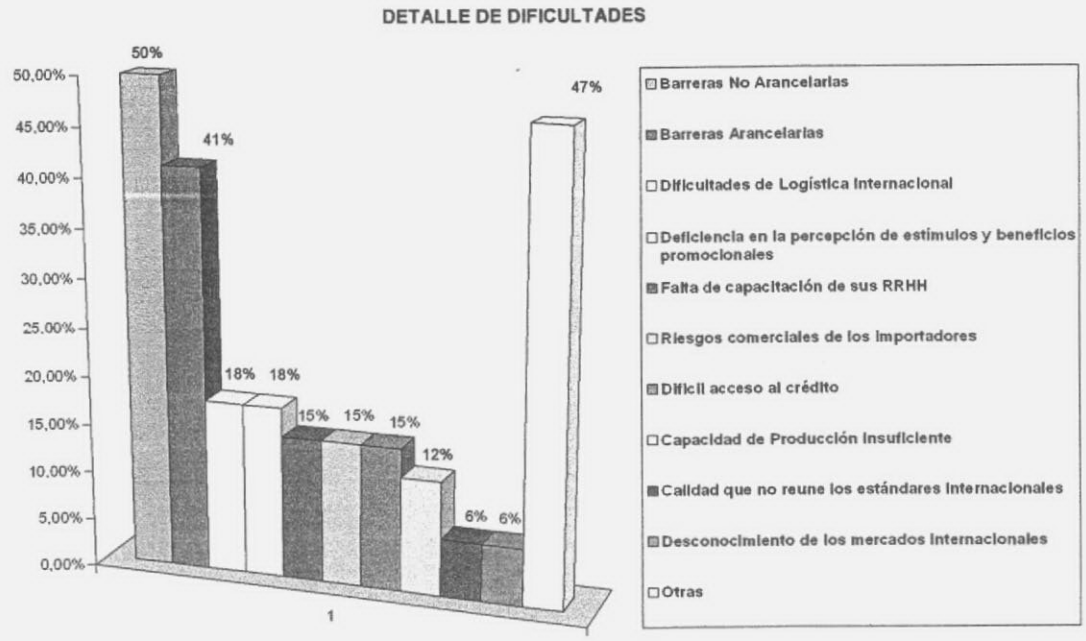
La totalidad de los entrevistados afirma contar con bienes y/o servicios susceptibles de ser exportados, y un 93,14% dice comercializarlos habitualmente en el mercado interno (empresas con potencial exportador) y externo (empresas exportadoras). También se observa que un 30,39% produce bienes o servicios exportados por terceros sin sufrir transformaciones. Es decir que, aunque en muchos casos no tienen experiencia exportadora real, sus productos reúnen estándares internacionales de calidad y cuentan con aceptación en los mercados externos. Por último, el 55,88% tiene alguna persona encargada de desarrollar contactos con el exterior, participar en actividades de promoción comercial, dar respuesta a potenciales importadores, aunque la empresa no cuente con una estructura formal al efecto (gerencia, departamento de comercio exterior o similar)



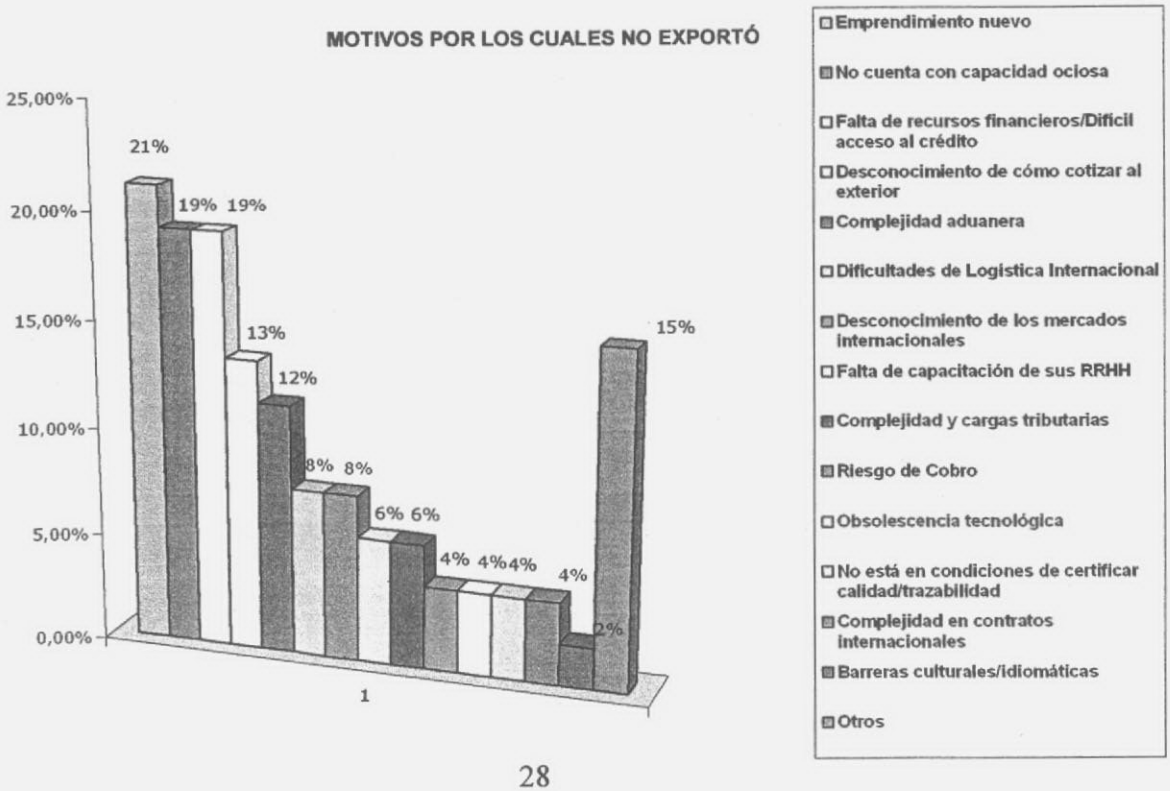
Tal lo que expresáramos anteriormente, el 48,04% exportó alguna vez. Sin embargo, el 63% de los entrevistados manifestó haber tenido que afrontar algún tipo de dificultad durante el proceso exportador, que muchas veces hizo que la operación no se concrete, quedando interrumpida a mitad de camino.

De las que no exportaron, el 11,32% menciona haber tenido dificultades en el proceso exportador.
De las que exportaron, el 40,81% menciona no haber tenido dificultades en el proceso.

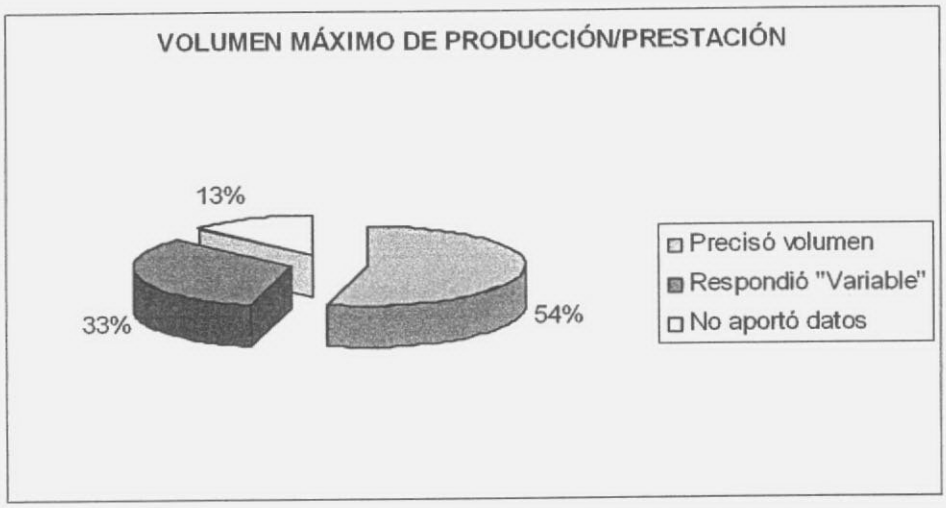
A continuación se detallan las principales dificultades manifestadas por las empresas que exportaron, durante su proceso de internacionalización.



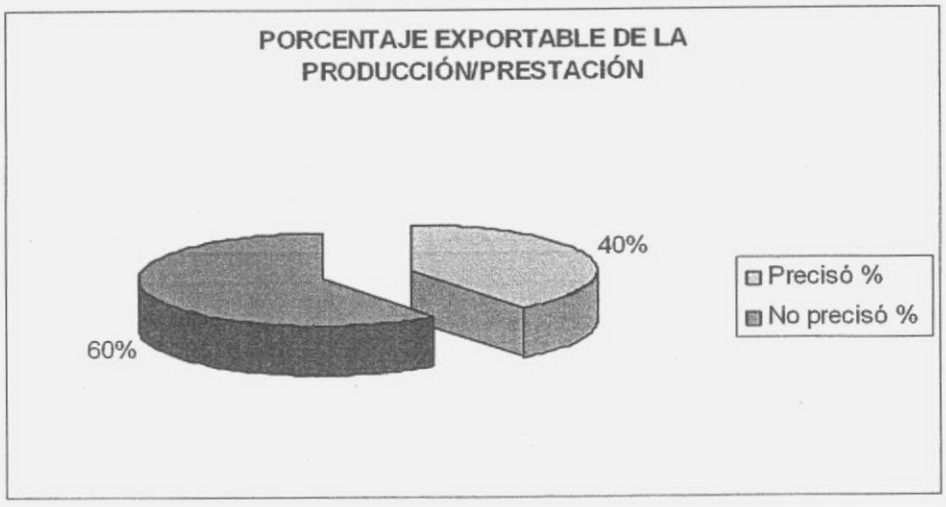
Aquí se presentan las principales razones citadas como barreras que impiden a las empresas iniciar su proceso exportador.



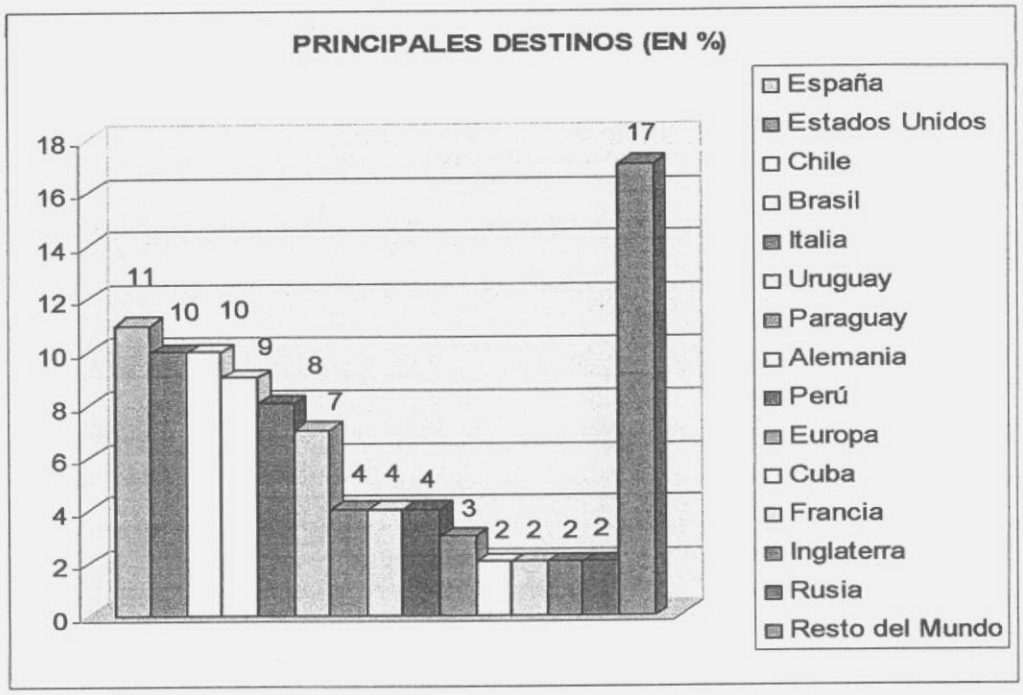
Con relación a los datos de producción/prestación, los entrevistados brindaron precisiones de volumen para el 54% de los productos y/o servicios exportados/exportables. El 33% de los productos/servicios cuentan con volúmenes que decidimos agrupar bajo la categoría de "variable" ya que las respuestas fueron: variable, flexible, a pedido, depende de la estación, del clima, etc.



Sólo hay precisiones sobre el porcentaje exportable del 40% de los productos/servicios, pues aquí los comentarios habituales fueron: depende de los precios internacionales, de la forma y medio de pago, de las condiciones del mercado interno. Lo cual pone de manifiesto que no cuentan con una política clara acerca del mix de mercado que les resulta más conveniente.



Por último, se detallan en orden decreciente los destinos más frecuentes de los productos correntinos, no habiendo diferencias significativas entre los mercados de intra-zona (países del MERCOSUR, limítrofes) y los de extra-zona.



Dentro de las respuestas abiertas que incluyen pedidos, sugerencias, y otras cuestiones en general, se mencionaron:

- Necesidad de aperturas arancelarias nuevas para productos no contemplados específicamente en el nomenclador: jabones artesanales, en base a aceites esenciales, carne de búfalo, dulce de mamón, etc.
- No se cuenta con canales de comercialización directos con el exterior, sino que sus productos son exportados por acopiadores, asumiendo en la provincia sólo una venta de mercado interno.
- Escaso control de precios, bajos márgenes por falta de experiencia en comercio internacional.
- Acceso muy restringido al financiamiento para empresas/emprendimientos nuevos.
- Falta de posiciones negociadoras más agresivas y firmes en defensa de los sectores de producción nacionales por parte del Estado.
- Políticas nacionales muy inestables.

- Desconfianza y pérdida de credibilidad por parte de los importadores.
- Marca país en proceso de recomposición. Continúa el temor al riesgo país.
- Demasiados actores que intervienen en la habilitación de establecimientos y productos para exportar. Reglas de juego poco claras y muy complejas.
- Dificultades burocráticas para habilitar los establecimientos para exportación ante SENASA.
- Existencia de barreras arancelarias en origen (derechos de exportación) que no se eliminaron tal lo previsto luego de la crisis 2001.
- Sistema de estímulos a la exportación muy burocrático que genera elevados costos financieros.
- Falta de RR.HH. con conocimientos en contratación internacional.
- Infraestructura de apoyo con deficiencias: puertos, aeropuertos, rutas, ferrocarriles.
- Servicios insuficientes en la región. Bancos que dependen de sus casas matrices en Bs. As para las resoluciones de temas de comercio exterior.
- Falta de otros operadores portuarios para ampliar la calidad y variedad de los servicios de logística y presionar a mejorar las tarifas (monopolio actual).

1.3. Análisis del cuestionario aplicado a los responsables de los sectores identificados (productores, cámaras, asociaciones, cooperativas, referentes etc.).

Restricciones planteadas en el trabajo de campo

Considerando que la aprobación del contrato fue notificada a mediados del mes de febrero -15 días después de la fecha de inicio formal el 01/02/07-, el trabajo de campo se inició recién en la primera quincena de marzo, pues llevó dos semanas el proceso de preparación:

Del 15 al 28 de febrero

- Selección y Capacitación a entrevistadores
- Planificación Operativa
- Contactos telefónicos (40% de los entrevistados directos)
- Confección de agendas y hojas de ruta según contactos telefónicos

Del 1 de marzo en adelante

- Primer contacto - Aplicación de cuestionarios de manera personal
- Segundo contacto - Aplicación vía correo electrónico
- Tercer contacto - Encuesta telefónica
- Carga y procesamiento.
- Análisis

Selección y Capacitación a entrevistadores

Considerando la relevancia que merece el trabajo, se seleccionaron 3 entrevistadores con experiencia en estudios de campo.

Para una adecuada preparación se efectuaron talleres de capacitación organizados al efecto por los responsables del proyecto. En estos encuentros los entrevistadores fueron informados acerca de:

- Los responsables institucionales y financieros del proyecto.
- Los objetivos del relevamiento.
- El plan de trabajo.
- La importancia de la participación del sector privado.
- Las expectativas del Ministerio de la Producción.
- Cronograma.
- Circuitos (organización)

Los cuestionarios de entrevista:

Se intentó diseñarlos a fin de contar con información sobre dificultades de las empresas exportadoras y razones por las cuales no exportan aún empresas que cuentan con perfil exportador. Es decir, profundizar en los motivos, la identificación de barreras y dificultades actuales para exportar. La intención fue detectar demandas concretas de información y asistencia técnica por sectores a fin de elaborar las Guías de Comercialización, así como para el futuro diseño de programas y herramientas de apoyo desde el Estado.

Por otra parte, conforme experiencias anteriores, se decidió avanzar en la ejercitación con pruebas piloto de los cuestionarios y role playing de las entrevistas en situaciones complicadas, donde el empresario está apurado, se rehúsa a brindar información, pretende interrumpir el cuestionario antes de finalizar, de manera de tener algunas alternativas para evitar que se caiga el proceso de recolección de

información. Además se establecieron pautas de puntualidad y cortesía, a la hora de tomar contacto con los entrevistados.

Planificación operativa

Esta etapa incluyó los siguientes pasos:

- Planificación de lugares a contactar;
- Contacto telefónico a algunas empresas del Directorio de Exportadores 2005 (40% aproximadamente de las personas efectivamente encuestadas)
- Otras empresas suministradas por la Dirección de Comercio Exterior (actualmente llamada Corrientes Exporta).
- Confección de agendas y hojas de ruta según resultados de los contactos telefónicos;
- Inicio del recorrido;
- Visita y entrevista a empresas;
- Análisis global de resultados y partida hacia siguiente Localidad.

Confección de agendas y hojas de ruta según contactos telefónicos

Localidades (por orden alfabético):

- Alvear
- Bella vista
- Capital
- Colonia Liebig
- Curuzú Cuatiá
- Empedrado
- Esquina
- Gobernador Virasoro
- Goya
- Mercedes
- Mocoretá
- Monte Caseros
- Paso de los Libres
- Ramada Paso
- Riachuelo

- Santa Lucía
- Santa Rosa

El trabajo de relevamiento –previa capacitación de los encuestadores- se planificó según los siguientes circuitos que totalizan aprox. 2180 Km.:

1. Capital (180 Km aprox.)
2. Riachuelo, Empedrado, Bella Vista, Santa Lucia, Goya, Esquina (700 Km aprox.)
3. Santa Rosa, Mercedes, Curuzú Cuatia, Monte Caseros, Mocoretá, Paso de los Libres (800 km aprox.)
4. Ramada Paso, Colonia Liebig, Gdor. Virasoro, Alvear (500 Km aprox.)

Lo planificado estimaba trabajar con n=65, a relevar mediante entrevistas personales en profundidad a las empresas, cooperativas, cámaras, asociaciones y referentes.

Los cuestionarios y entrevistas fueron los siguientes:

1. Empresas individuales: 20
2. Cooperativas, cámaras, asociaciones: 8
3. Reuniones con referentes de distintos ámbitos: 20

Total de cuestionarios y entrevistas: 48

EMPRESAS INDIVIDUALES

1. Agrícola De Colonia Liebig Ltda. – Apícola. Colonia Liebig
2. Guillermo Alcides Rolón – Apícola. Saladas
3. Miguel Angel Sosa – Apícola. Saladas
4. Mager S.R.L. – Citrícola. Bella Vista
5. Reniero Héctor Martín – Citrícola. Mocoretá
6. Chaparro Iván Marcel – Citrícola. Mocoretá
7. Luis Angel Brest – Frutihortícola. Goya
8. Alejo Perez – Horticola. Santa Lucía
9. Luis Gerardo Piazza – Horticola. Santa Lucía
10. Huertas Industriales S.R.L. – Hortícola. Bella Vista
11. Riober Srl. – Arrocero. Corrientes Capital

12. Negocios Rurales El Lucero S.R.L. – Arrocero. Mercedes
13. Molin Paz S.R.L. – Arrocero. General Paz
14. Luis Y Guillermo Carlino S.H. – Arrocero. Monte Caseros
15. Victorinarroz S.A. – Arrocero. Paso De Los Libres
16. Redcom S.A. – Arrocero. Corrientes Capital
17. Legname S.A. – Forestal. Riachuelo
18. Forestal Las Marías – Forestal. Gobernador Virasoro
19. La Negra S.A. – Forestal. Ituzaingó
20. Ciale S.A.- Genética Ganadera. Riachuelo

CÁMARAS, ASOCIACIONES Y COOPERATIVAS

1. Asociación Braford Argentina. Delegación Corrientes
2. Cooperativa Exportadora Citrícola De Ctes. Mocoretá
3. Dpto. De Granja Y Agroindustrias - Área Apicultura – Laboratorio Apícola. Corrientes
4. Cabaña La Cautiva (Agrupación De Genética Ganadera). Curuzú Cuatiá
5. Cámara Empresarial De Bella Vista. Fruti hortícola. Bella Vista
6. Cooperativa Apícola Los Azahares. Saladas
7. Asociación Madereros y Afines Corrientes. Gobernador Virasoro
8. Cooperativa Eléctrica Monte Caseros. Monte Caseros

REFERENTES

Ministerio de Producción, Trabajo y Turismo.

1. Sr. Ministro Cr. Alfredo Aún.
2. Secretaría de Producción. Sr. Miguel Angel Bazzi
3. Subsecretaría de Producción. Ing. Mario Voss

Dirección de Comercio Exterior y Facilitación Fronteriza.

4. Dr. Juan Carlos Silberstein,
5. Lic. Andrés Azcué,
6. Lic. Susana Benítez,
7. Lic. Mauricio Colombo,
8. Lic. Roxana Filcman,

9. Lic. Laura Haberle.
10. Dirección de Recursos Forestales. Ing. Luis Mestres
11. Dirección de Sanidad Vegetal. Ing. Susana Stein
12. Dirección de Sanidad Animal. Tec. Natalia Vivieres
13. Dirección de Unidad de Programación. Servicio de Información Agroeconómica (SIA). Ing. Luis Almirón.

Secretaría General de la Gobernación

14. Dirección de Relaciones Internacionales. Dra. Gabriela Basualdo

SENASA. Servicio Nacional de Sanidad Agroalimentaria.

Delegación Corrientes

15. Ing. Pellerano
16. Vet. Barrientos

Buenos Aires

17. Coordinación Nacional de Puertos y Aeropuertos. Ing. Carlos Selas.

AFIP. Dirección General de Aduanas

18. DGA Corrientes. Cra. Alicia Bassini

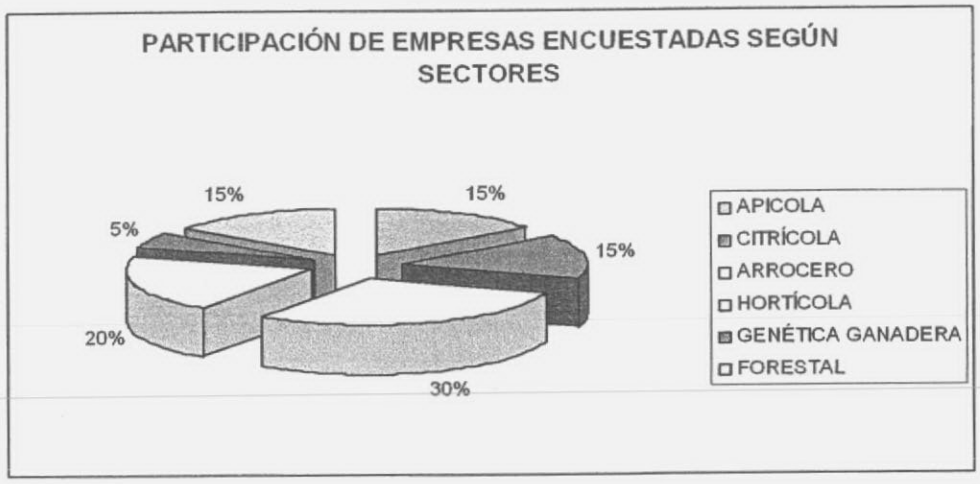
Terminal Portuaria Corrientes

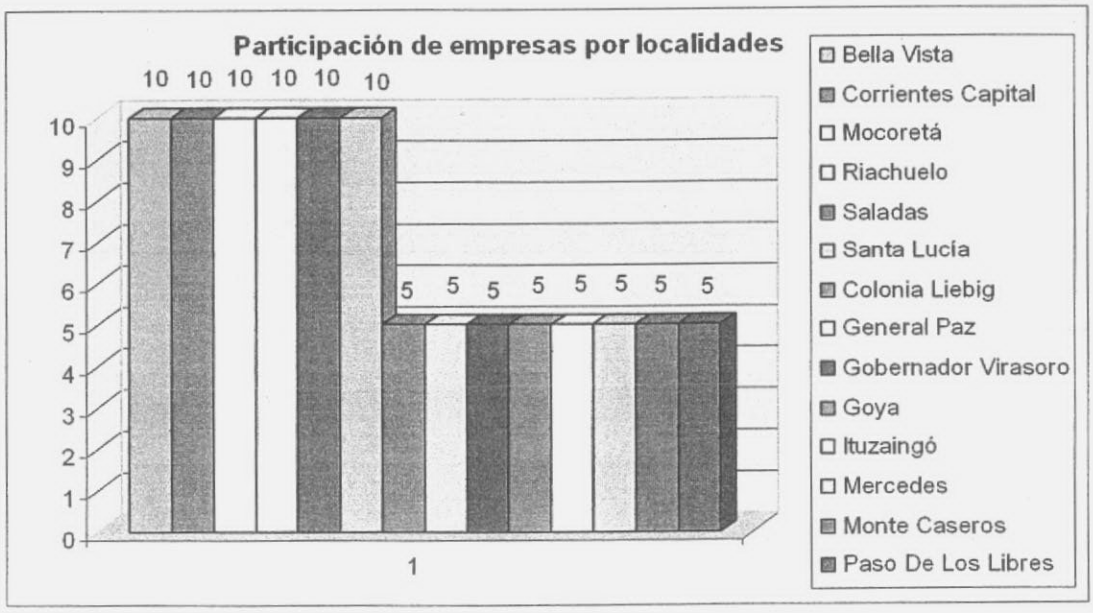
19. Lic. Juan Manuel Rosas
20. Lic. Constanza Prause.

PROCESAMIENTO DE DATOS

EMPRESAS INDIVIDUALES – PROCESAMIENTO GENERAL

Estuvieron todos los sectores de interés involucrados, así como las zonas geográficas de producción relevantes para cada uno. Sólo en el caso de genética ganadera se cuenta con una entrevista, pues las otras (3 empresas) no quisieron ser entrevistadas en la oportunidad de la visita ni por medio del recontacto por otras vías.

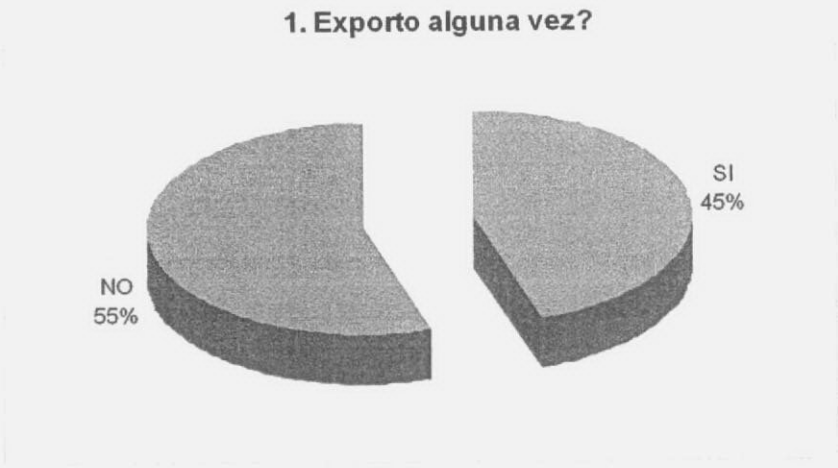




Nota: A fin de facilitar la lectura y análisis de la información se consideró adecuado presentar los resultados de la tabulación y procesamiento de datos, punto por punto, sobre el propio cuestionario aplicado en el trabajo de campo.

ACTIVIDAD COMERCIAL

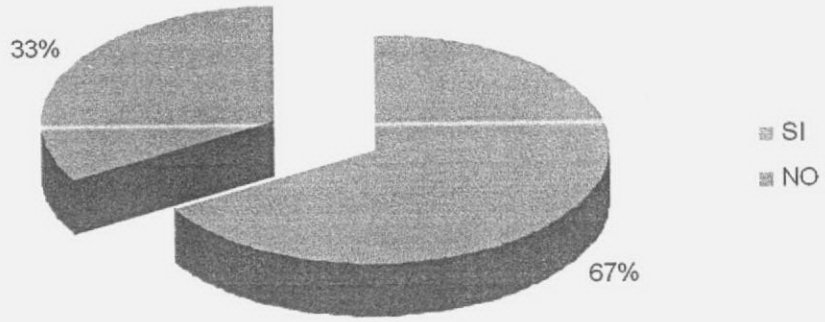
1. Exportó alguna vez (En caso de elegir "NO" pasar al punto 5)



2. Lo hizo durante los últimos 3 años?

3. Durante su proceso exportador encontró dificultades

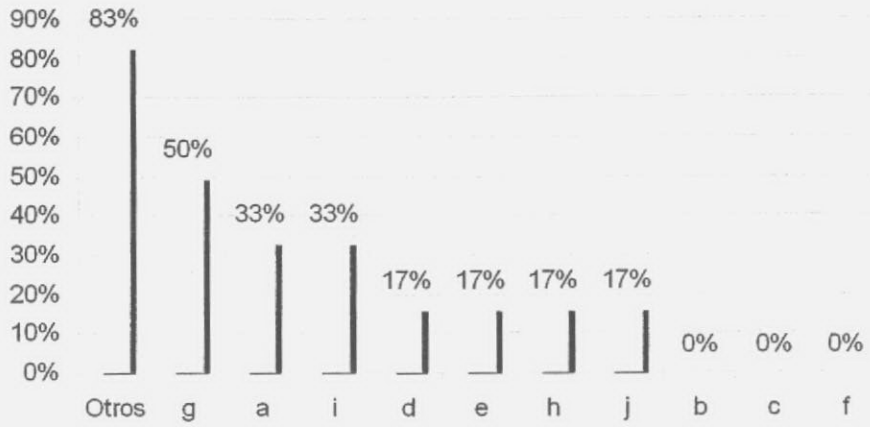
3. Dificultades al exportar



4. Si la respuesta en el punto anterior fue afirmativa, por favor enumere los 3 factores que mayor grado de dificultad le acarrearon.

Factores	Marque con X
a. Capacidad de producción insuficiente	
b. Calidad que no reúne los estándares internacionales	
c. Desconocimiento de los mercados internacionales	
d. Falta de capacitación de sus RR.HH.	
e. Dificultades de logística internacional	
f. Barreras arancelarias (derechos de exportación/importación)	
g. Barreras no arancelarias (cupos, certificaciones, etc.)	
h. Deficiencias en la percepción de estímulos y beneficios promocionales	
i. Riesgos comerciales de los importadores (inseguridad de cobro)	
j. Difícil acceso al crédito	
k. otros	

4. Tres factores de mayor dificultad



Otros (por favor enumerar)

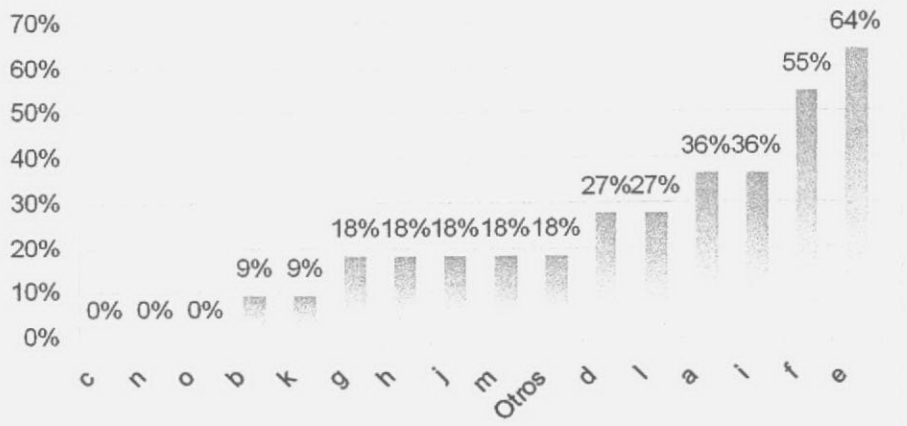
- Complicaciones operativas en el resguardo aduanero de Alvear por no tener categoría de aduana de tercera al menos AFIP-SENASA
- Precio bajos en el mercado
- Falta de producción por falta de energía
- Certificado de análisis exigido por Brasil
- Cierre de mercado por condiciones sanitarias(aftosa 2001 y 2006)

5. Si la empresa no exportó nunca, por favor marque los 3 motivos que considere más relevantes

Factores	Marque con X
a. Emprendimiento nuevo	
b. No cuenta con capacidad ociosa	
c. Obsolescencia tecnológica	
d. No está en condiciones de certificar calidad/trazabilidad	
e. Falta de recursos financieros/difícil acceso al crédito	
f. Desconocimiento de los mercados internacionales	
g. Falta de capacitación de sus RR.HH.	
h. Dificultades de logística internacional	
i. Complejidad aduanera	
j. Complejidad y cargas tributarias	
k. Complejidad en contratos internacionales	

l. Riesgos de cobro	
m. Desconocimiento de cómo cotizar al exterior	
n. Barreras culturales/idiomáticas	
o. Competencia desleal	

5. Tres Motivos por los que no exportó nunca

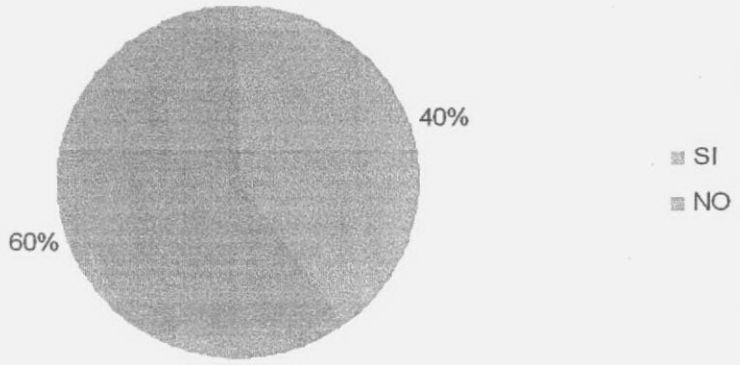


Otros (por favor enumerar)

- Falta de volumen y elevados costos de análisis exigidos por SENASA

6. Ud. consulta habitualmente las estadísticas para tomar decisiones comerciales?

6. Consulta estadísticas?



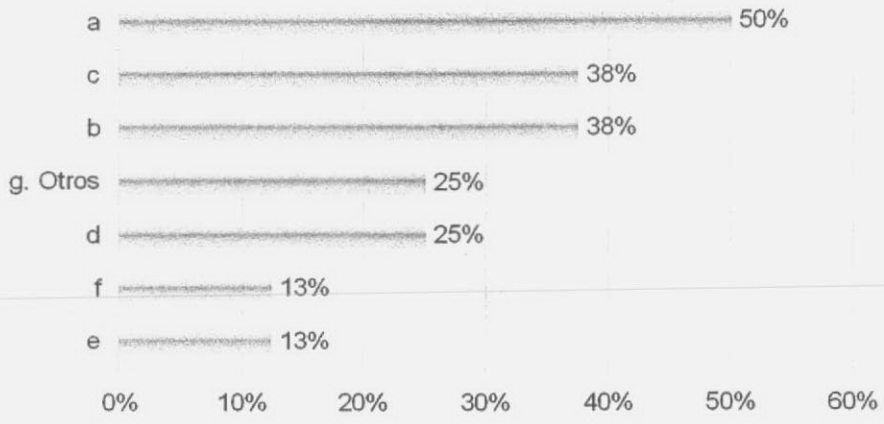
7. En caso afirmativo, cuáles?

Estadísticas que consulta	Marque con X
A. composición internacional	
b. Composición Nacional	
c. Composición Provincial	
d. Importaciones por NCM	
e. Exportaciones por NCM	
f. Movimiento del Puerto de Corrientes	
g. Otros (especifique)	

Otros:

- No se especificó nada

7. Cuales?

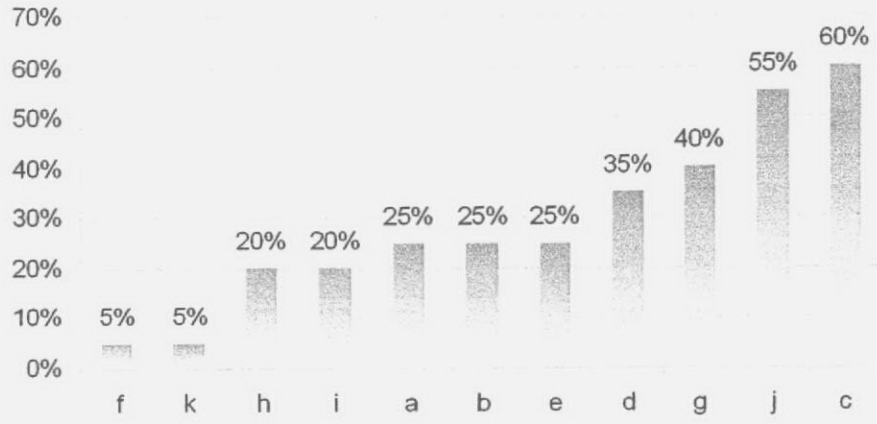


8. Qué información de Mercado lo ayudaría a tomar decisiones competitivas? (marque las 3 más importantes a su criterio)

Información de Mercado	Marque con X
a. Variedades ofrecidas por la competencia	
b. Precios de referencia en origen	
c. Mercados potenciales	
d. Tendencias del mercado	
e. Normas de trazabilidad / identificación / inocuidad	
f. Certificaciones medioambientales / producción orgánica	
g. Actividades de promoción comercial	

h.	Canales de distribución más efectivos	
i.	Variedades demandadas	
j.	Precios de referencia en destino	
k.	Medios de pago más utilizados	

8. Información de mercado útil



8.a. Elija 1 tema de los arriba seleccionados Ud. necesitaría contar con mayor información?

- Actividades de promoción comercial
- Mercados potenciales
- Precios de referencia en destino
- Normas de trazabilidad / identificación / inocuidad
- Canales de distribución

8.b. Elija 1 tema de los arriba seleccionados Ud. necesitaría contar con un mayor acompañamiento y asistencia técnica?

- Actividades de promoción comercial
- Mercados potenciales
- Normas de trazabilidad, identificación, inocuidad
- Canales de distribución más efectivos
- Precios de referencia

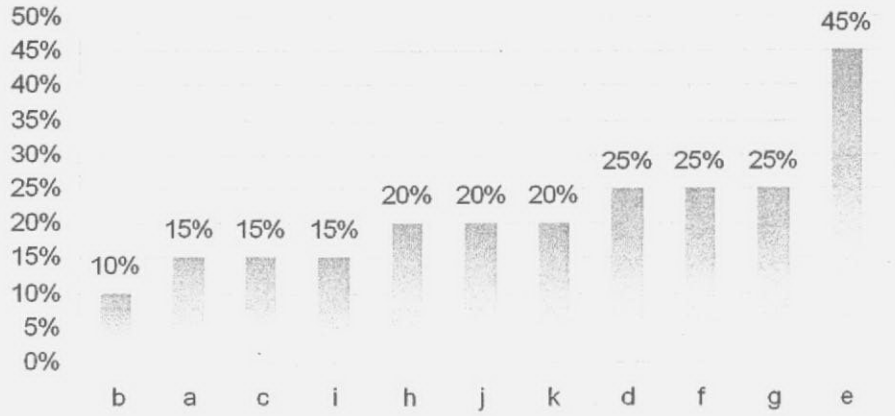
Análisis de las pregunta 8.a y 8.b:

Se puede observar que las necesidades son coincidentes en ambos puntos 8.a y 8.b lo que denota que el empresariado en general conoce concretamente de lo que carece, lo cual nos indica coherencia y racionalidad a la hora de responder.

9. Qué información, en el país de origen, le facilitaría su actividad? (marque las 3 más importantes a su criterio)

Condiciones en origen específicas	Marque con X
a. Inscripciones relativas al producto y establecimiento.	
b. Inscripciones ante AFIP (DGI-DGA)	
c. Clasificación arancelaria	
d. Derechos de exportación	
e. Beneficios promocionales vigentes y sus requisitos	
f. Intervención de Organismos técnicos	
g. Documentación a presentar	
h. Envases y embalajes. Rotulados y marcados.	
i. Cotizaciones de Fletes y seguros internacionales.	
j. Requisitos y costos de los medios de pago más utilizados.	
k. Formación del costo y precio de exportación.	

9. Tres aspectos útiles del país de origen



9.a. Elija 1 tema de los arriba seleccionados Ud. necesitaría contar con mayor información?

- Beneficios promocionales y sus requisitos
- Inscripciones RNE y RNPA
- Documentación a presentar
- Clasificación arancelaria
- Formación del costo y precio de exportación

9.b. Elija 1 tema de los arriba seleccionados Ud. necesitaría contar con un mayor acompañamiento y asistencia técnica?

- Documentación a presentar
- Intervención de organismos técnicos
- Beneficios promocionales y sus requisitos
- Formación del costo y precio de exportación

10. Qué información, en el país de destino, le facilitaría su actividad? (marque las 3 más importantes a su criterio)

Condiciones en destino específicas	Marque con X
a. Nómina de importadores por NCM	
b. Derechos de importación y tasas	
c. Barreras no arancelarias	
d. Solvencia del importador	
e. Intervención de Organismos.	
f. Documentación exigida	
g. Certificaciones de calidad.	
h. Normas de rotulado.	
i. Canales de distribución	

10.a. Elija 1 tema de los arriba seleccionados Ud. necesitaría contar con mayor información?

- Canales de distribución
- Solvencia del importador
- Nómina de importadores
- Documentación exigida

10.b. Elija 1 tema de los arriba seleccionados Ud. necesitaría contar con un mayor acompañamiento y asistencia técnica?

- Documentación exigida
- Barreras no arancelarias
- Normas de rotulado
- Canales de distribución
- Certificaciones de calidad

10.c. Sobre qué países le interesaría profundizar la información?

ASIA:

- India
- China
- Japón
- Rusia

AMERICA:

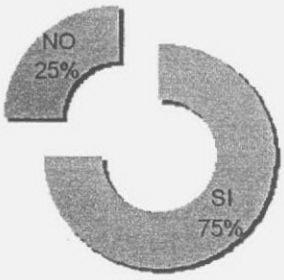
- USA
- Brasil
- Uruguay

EUROPA:

- Italia
- Francia
- Alemania
- Inglaterra
- Países del Este

11. Le interesa participar en actividades de promoción comercial

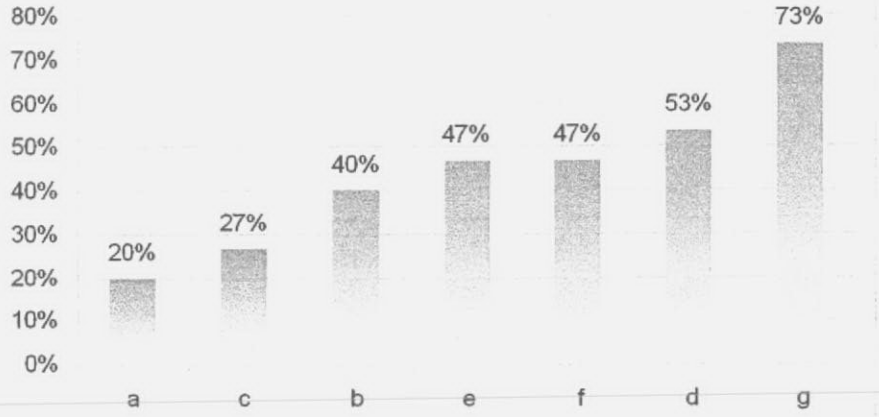
11. Interés en acitividades de promocion



12. Para cuáles preferiría ser convocado?

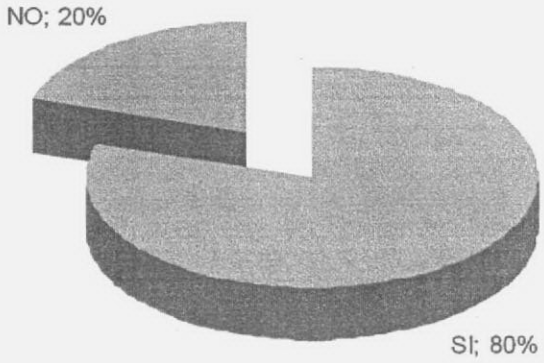
a. Ferias internacionales multisectoriales	**Marque con X**
b. Ferias internacionales sectoriales	
c. Misiones comerciales multisectoriales	
d. Misiones comerciales sectoriales	
e. Ronda de negocios en el país	
f. Ronda de negocios en el exterior	
g. Misiones Inversas (compradores extranjeros)	

12. Para cuales prefiere ser convocado?



13. Está Dispuesto a conformar un grupo / cooperativa /consorcio de exportación?

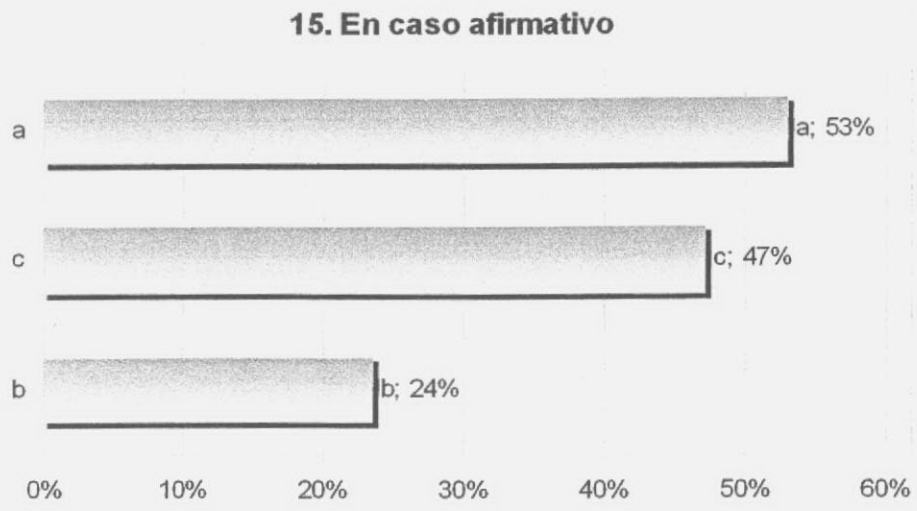
13. Disponibilidad a formar grupos/coop/consorcios?



14. Ud. cuenta con oferta exportable?

15. En caso afirmativo,

Alternativas	Marque
a. Vende solo en el mercado interno para consumo local	
b. Exporta directamente	
c. Vende en el mercado interno a terceros exportadores	



16. De haber elegido la opción c, por qué no exporta en forma directa?

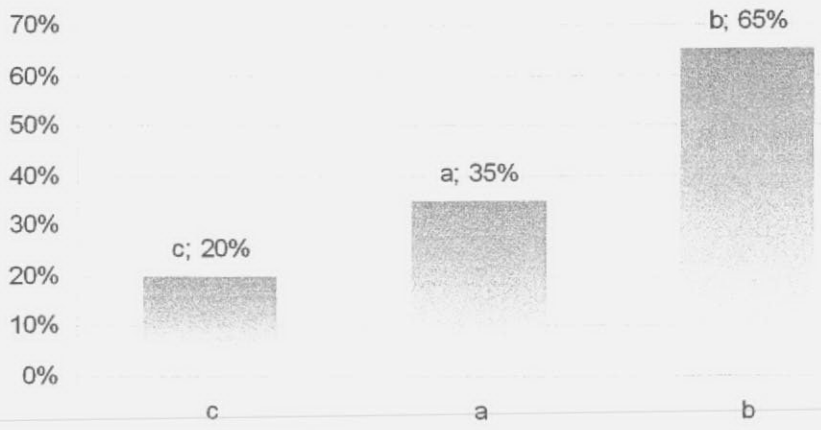
- Falta volumen para exportar directamente
- Falta de sistemas de calidad y trazabilidad del producto

- Por los volúmenes exigidos. Alta inversión en maquinaria para crecer, resulta imposible exportar solo

17. En lo que a capacitación se refiere, le interesaría participar de:

Alternativas	Marque
A. Seminarios introductorios al proceso exportador	
B. Talleres sectoriales sobre como exportar su producto	
C. Otros (especifique)	

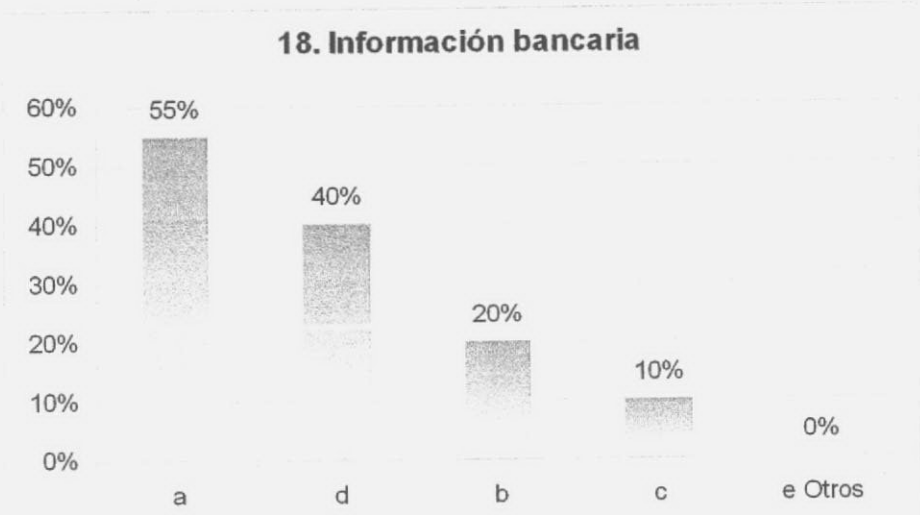
17. Interés en capacitación



Resulta llamativo que del 22% que eligió la opción Otros, un 50% especificó que NO le interesa recibir capacitación y/o capacitar a su personal

18. En lo que a bancos se refiere necesita generalmente información relativa a:

Alternativas	Marque
A. Líneas de prefinanciación y financiación de exportaciones	
B. Líneas de financiación de importaciones	
C. Avales y garantías	
D. Medios de pago internacionales	
E. Otros (especifique)	



19. Por favor utilice este espacio para expresar otros temas de consulta, necesidades de información y/o demandas de asistencia técnica específicas que ud. Considera que pueden contribuir a un mejor desempeño exportador de su/s producto/s

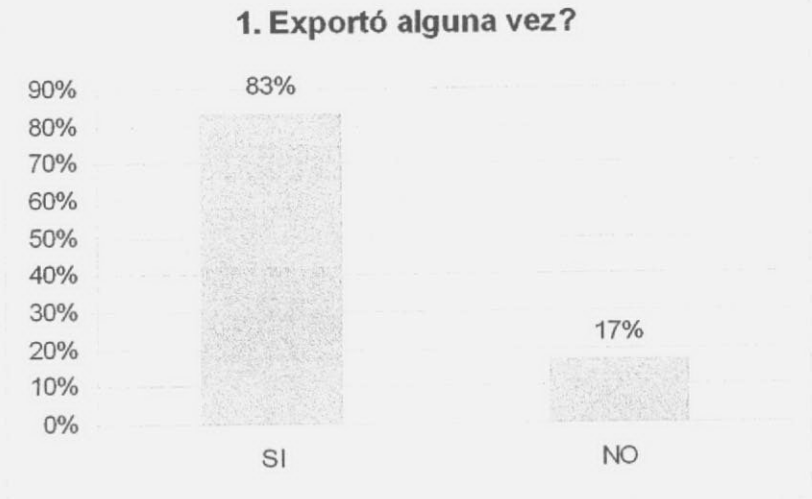
- Se están formando cooperativas para exportar. Falta apoyo financiero (subsidios, créditos blando) y apoyo técnico de organismos (puerto, senasa, nación, provincia)
- El interés más común de los compradores está en productos poco elaborados, no de gran valor agregado.
- No se puede competir con la tecnología mundial.
- Fuerte intermediación comercial, que no paga mucho, y revende a precios muy altos. Falta apoyo en canales directos
- Enormes dificultades de acceder al crédito y falta de apoyo gubernamental

- **EMPRESAS INDIVIDUALES – PROCESAMIENTO SECTORIAL**

PROCESAMIENTO EMPRESAS SECTOR ARROCERO

ACTIVIDAD COMERCIAL

1. Exportó alguna vez



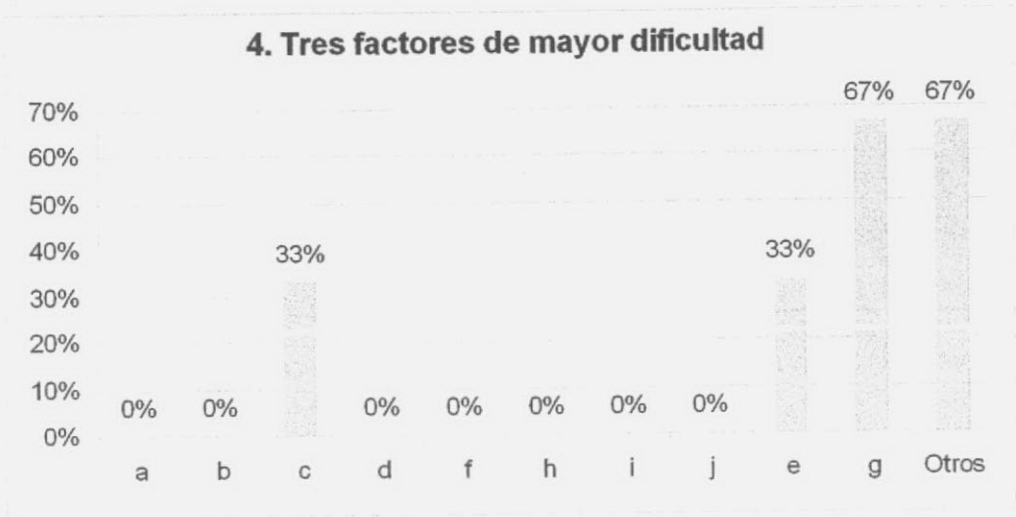
3. Lo hizo durante los últimos 3 años?

3. Durante su proceso exportador encontró dificultades

4. Si la respuesta en el punto anterior fue afirmativa, por favor enumere los 3 factores que mayor grado de dificultad le acarrearon.

a. Capacidad de producción insuficiente	
b. Calidad que no reúne los estándares internacionales	
c. Desconocimiento de los mercados internacionales	
d. Falta de capacitación de sus RR.HH.	
e. Dificultades de logística internacional	
f. Barreras arancelarias (derechos de exportación/importación)	
g. Barreras no arancelarias (cupos, certificaciones, etc.)	
h. Deficiencias en la percepción de estímulos y beneficios promocionales	
i. Riesgos comerciales de los importadores (inseguridad de cobro)	
j. Difícil acceso al crédito	

Otros (por favor enumerar)



5. Si la empresa no exportó nunca, por favor marque los 3 motivos que considere más relevantes

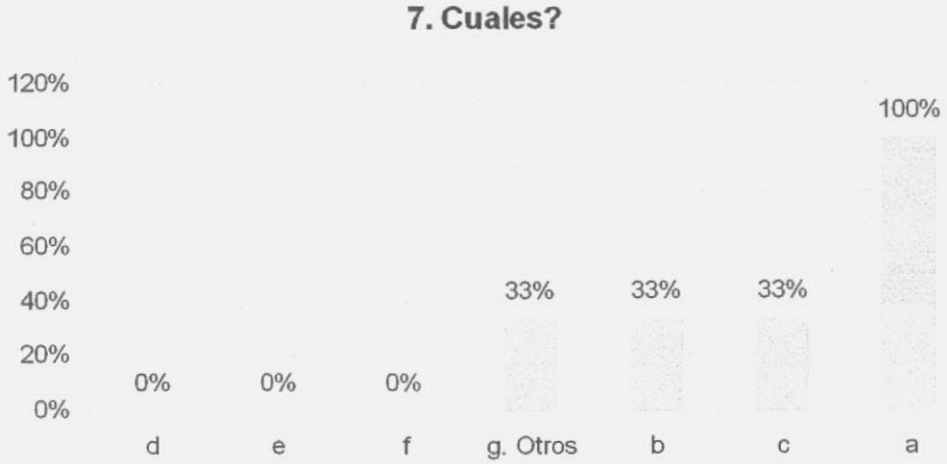
a. Emprendimiento nuevo	
b. No cuenta con capacidad ociosa	
c. Obsolescencia tecnológica	
d. No está en condiciones de certificar calidad/trazabilidad	
e. Falta de recursos financieros/difícil acceso al crédito	
f. Desconocimiento de los mercados internacionales	
g. Falta de capacitación de sus RR.HH.	
h. Dificultades de logística internacional	
i. Complejidad aduanera	
j. Complejidad y cargas tributarias	
k. Complejidad en contratos internacionales	
l. Riesgos de cobro	
m. Desconocimiento de cómo cotizar al exterior	
n. Barreras culturales/idiomáticas	
o. Competencia desleal	

Otros (por favor enumerar)

6. Ud. consulta habitualmente las estadísticas para tomar decisiones comerciales?

7. Cuáles?

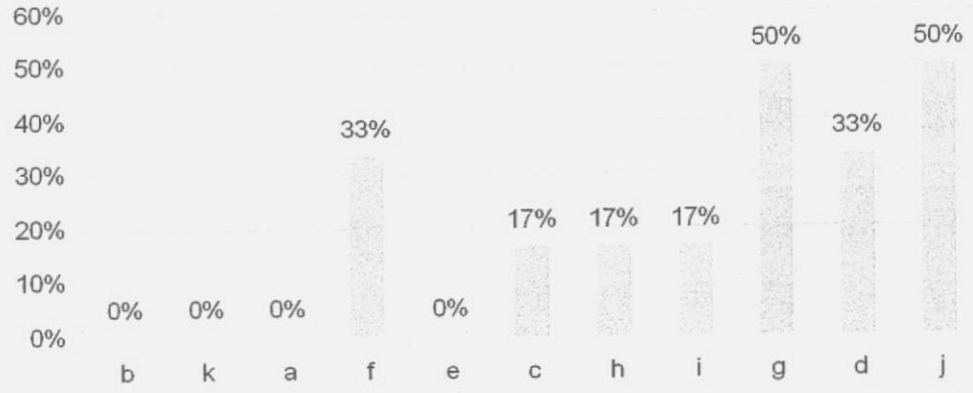
Estadísticas que consulta	Marque Con X
a. Composición internacional	
b. Composición Nacional	
c. Composición Provincial	
d. Importaciones por NCM	
e. Exportaciones por NCM	
f. Movimiento del Puerto de Corrientes	
g. Otros (especifique)	



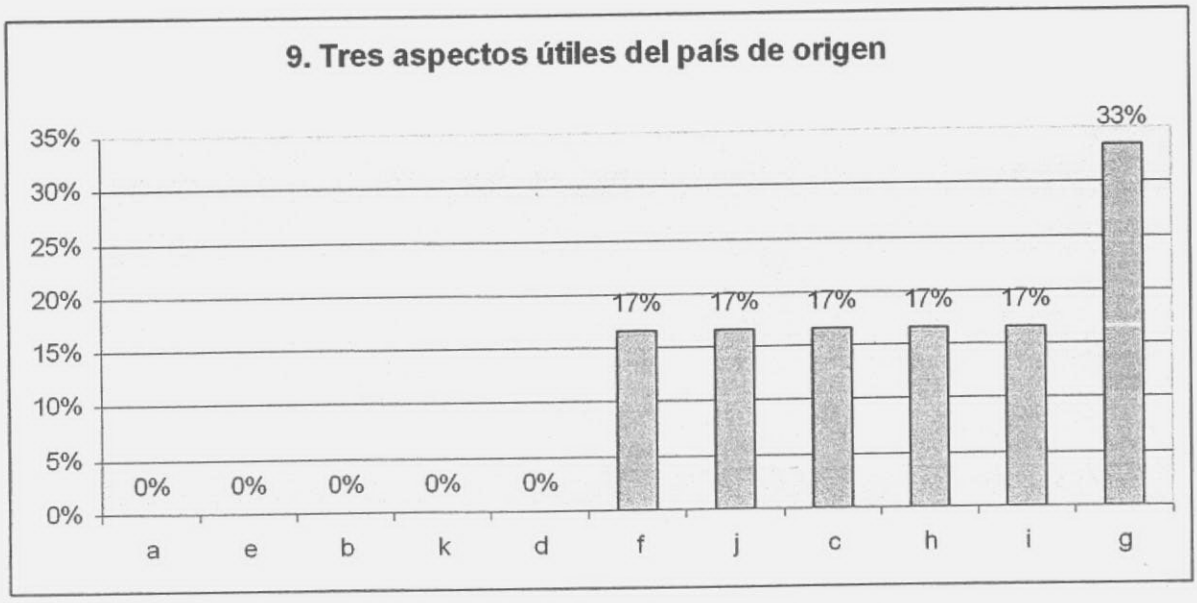
8. Qué información de Mercado lo ayudaría a tomar decisiones competitivas? (marque las 3 más importantes a su criterio)

	Información de Mercado	Marque Con X
a.	Variedades ofrecidas por la competencia	
b.	Precios de referencia en origen	
c.	Mercados potenciales	
d.	Tendencias del mercado	
e.	Normas de trazabilidad / identificación / inocuidad	
f.	Certificaciones medioambientales / producción orgánica	
g.	Actividades de promoción comercial	
h.	Canales de distribución más efectivos	
i.	Variedades demandadas	
j.	Precios de referencia en destino	
k.	Medios de pago más utilizados	

8. Informacion de mercado útil



8.a. Elija 1 tema de los arriba seleccionados Ud. necesitaría contar con mayor información?

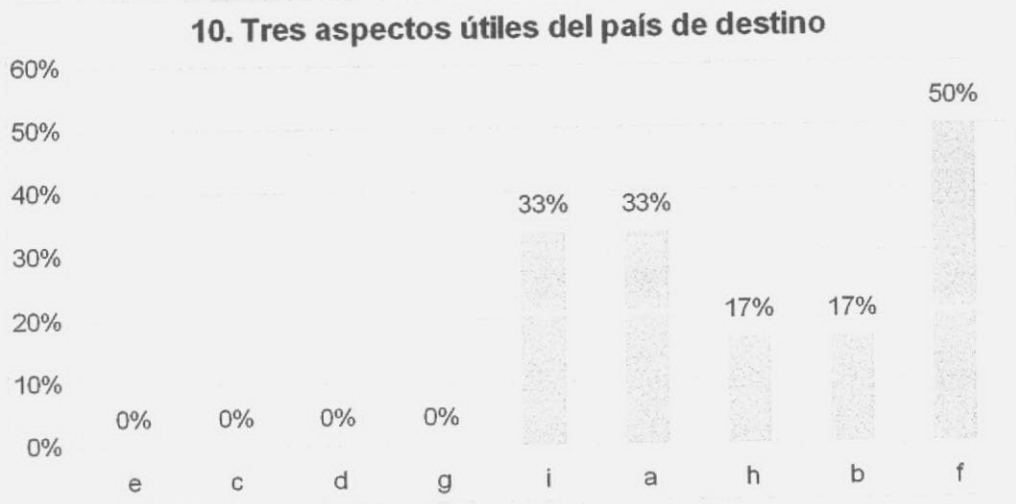


9.a. Elija 1 tema de los arriba seleccionados Ud. necesitaría contar con mayor información?

9.b. Elija 1 tema de los arriba seleccionados Ud. necesitaría contar con un mayor acompañamiento y asistencia técnica?

10. Qué información, en el país de destino, le facilitaría su actividad? (marque las 3 más importantes a su criterio)

Condiciones en destino específicas	**Marque Con X**
a. Nómina de importadores por NCM	
b. Derechos de importación y tasas	
c. Barreras no arancelarias	
d. Solvencia del importador	
e. Intervención de Organismos.	
f. Documentación exigida	
g. Certificaciones de calidad.	
h. Normas de rotulado.	
i. Canales de distribución	



10.a. Elija 1 tema de los arriba seleccionados Ud. necesitaría contar con mayor información?

10.b. Elija 1 tema de los arriba seleccionados Ud. necesitaría contar con un mayor acompañamiento y asistencia técnica?

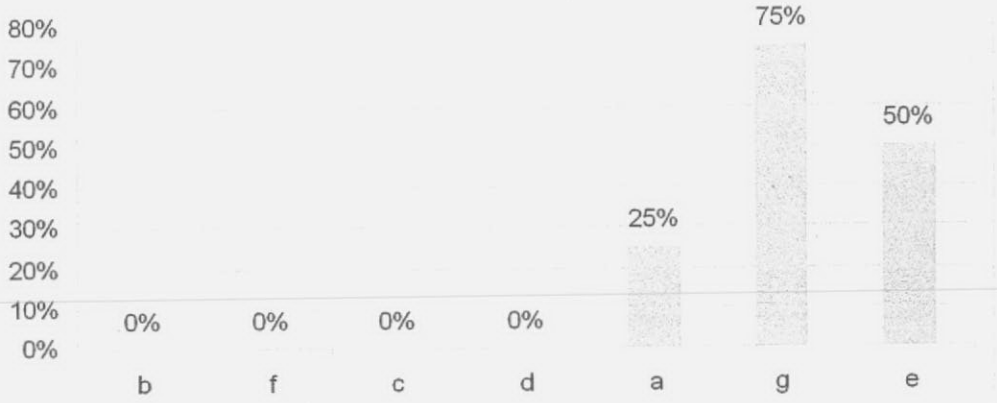
10.c. Sobre qué países le interesaría profundizar la información?

11. Le interesa participar en actividades de promoción comercial

12. Para cuáles preferiría ser convocado?

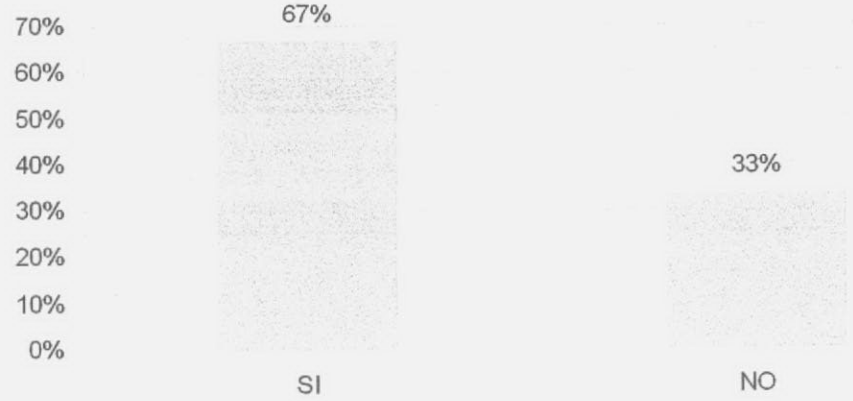
a. Ferias internacionales multisectoriales	
b. Ferias internacionales sectoriales	
c. Misiones comerciales multisectoriales	
d. Misiones comerciales sectoriales	
e. Ronda de negocios en el país	
f. Ronda de negocios en el exterior	
g. Misiones Inversas (compradores extranjeros)	

12. Para cuales prefiere ser convocado?

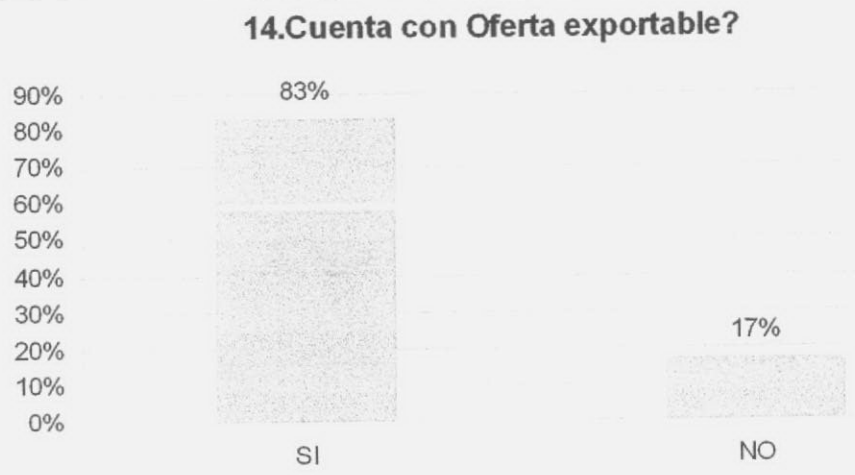


13. Está Dispuesto a conformar un grupo / cooperativa /consorcio de exportación?

13. Disponibilidad a formar grupos/coop/consorcios?



14. Ud. cuenta con oferta exportable?



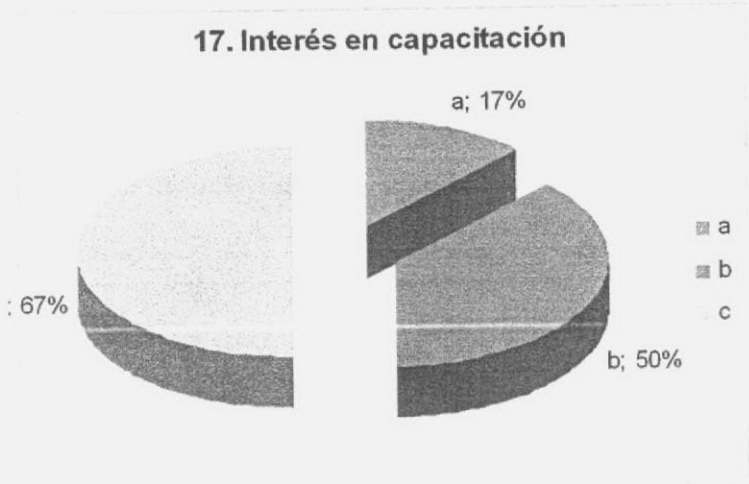
15. En caso afirmativo,

a. Vende solo en el mercado interno para consumo local	
b. Exporta directamente	
c. Vende en el mercado interno a terceros exportadores	

16. De haber elegido la opción c, por qué no exporta en forma directa?

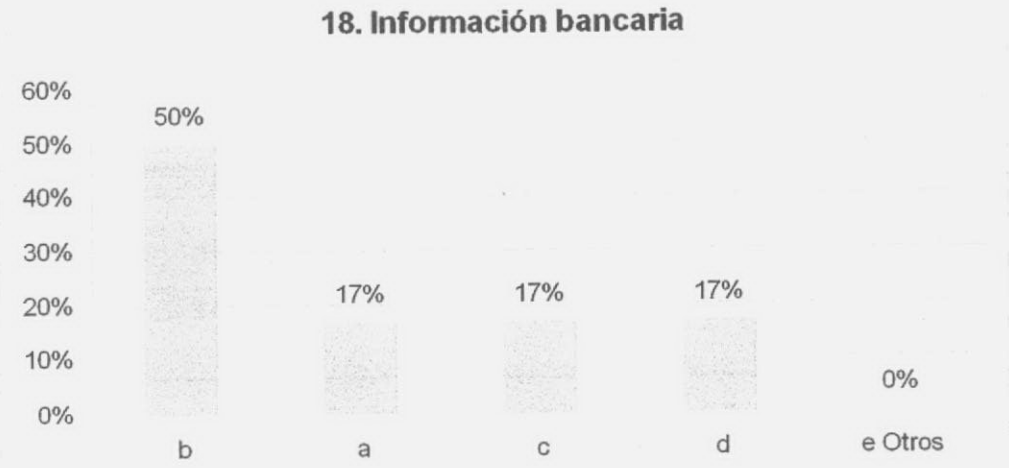
17. En lo que a capacitación se refiere, le interesaría participar de:

a. Seminarios introductorios al proceso exportador	
b. Talleres sectoriales sobre como exportar su producto	
c. Otros (especifique)	



18. En lo que a bancos se refiere necesita generalmente información relativa a:

a. Líneas de prefinanciación y financiación de exportaciones	
b. Líneas de financiación de importaciones	
c. Avales y garantías	
d. Medios de pago internacionales	
e. Otros (especifique)	



19. Por favor utilice este espacio para expresar otros temas de consulta, necesidades de información y/o demandas de asistencia técnica específicas que Ud.

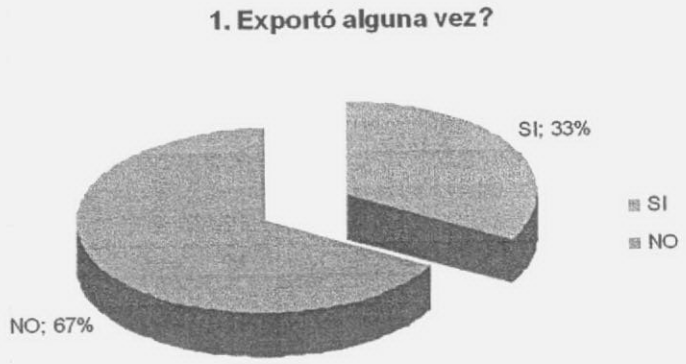
considera que pueden contribuir a un mejor desempeño exportador de su/s producto/s

- Es un commodity que no presenta dificultades comerciales dentro de MERCOSUR.
- Falta volumen para América Central, Caribe, Europa.

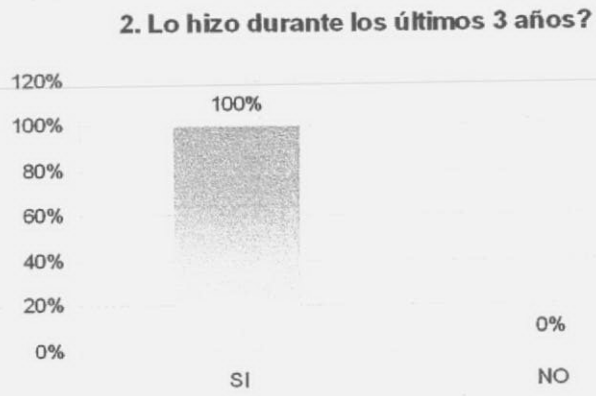
PROCESAMIENTO EMPRESAS SECTOR APÍCOLA

ACTIVIDAD COMERCIAL

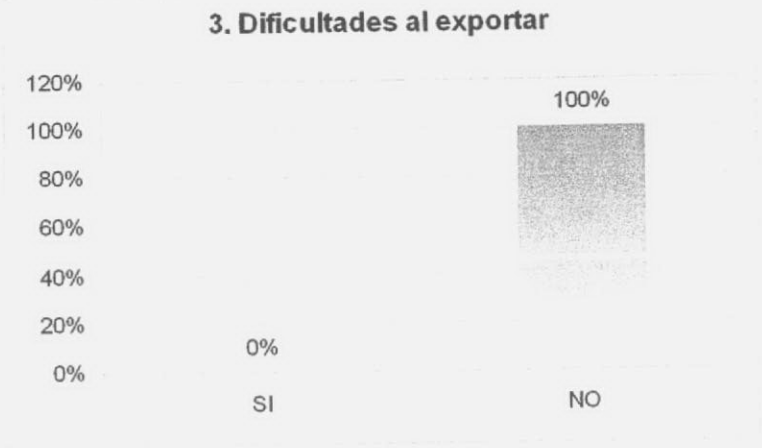
1. Exportó alguna vez



2. Lo hizo durante los últimos 3 años?



3. Durante su proceso exportador encontró dificultades



4. Si la respuesta en el punto anterior fue afirmativa, por favor enumere los 3 factores que mayor grado de dificultad le acarrearon.

a. Capacidad de producción insuficiente	
b. Calidad que no reúne los estándares internacionales	
c. Desconocimiento de los mercados internacionales	
d. Falta de capacitación de sus RR.HH.	
e. Dificultades de logística internacional	
f. Barreras arancelarias (derechos de exportación/importación)	
g. Barreras no arancelarias (cupos, certificaciones, etc.)	
h. Deficiencias en la percepción de estímulos y beneficios promocionales	
i. Riesgos comerciales de los importadores (inseguridad de cobro)	
j. Difícil acceso al crédito	

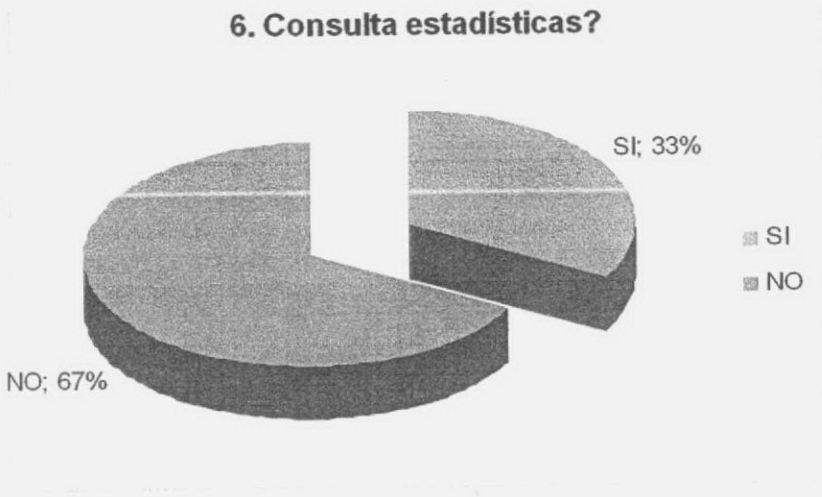
Otros (por favor enumerar)

5. Si la empresa no exportó nunca, por favor marque los 3 motivos que considere más relevantes

a. Emprendimiento nuevo	
b. No cuenta con capacidad ociosa	
c. Obsolescencia tecnológica	
d. No está en condiciones de certificar calidad/trazabilidad	
e. Falta de recursos financieros/difícil acceso al crédito	
f. Desconocimiento de los mercados internacionales	
g. Falta de capacitación de sus RR.HH.	
h. Dificultades de logística internacional	
i. Complejidad aduanera	
j. Complejidad y cargas tributarias	
k. Complejidad en contratos internacionales	
l. Riesgos de cobro	
m. Desconocimiento de cómo cotizar al exterior	
n. Barreras culturales/idiomáticas	
o. Competencia desleal	

Otros (por favor enumerar)

6. Ud. consulta habitualmente las estadísticas para tomar decisiones comerciales?



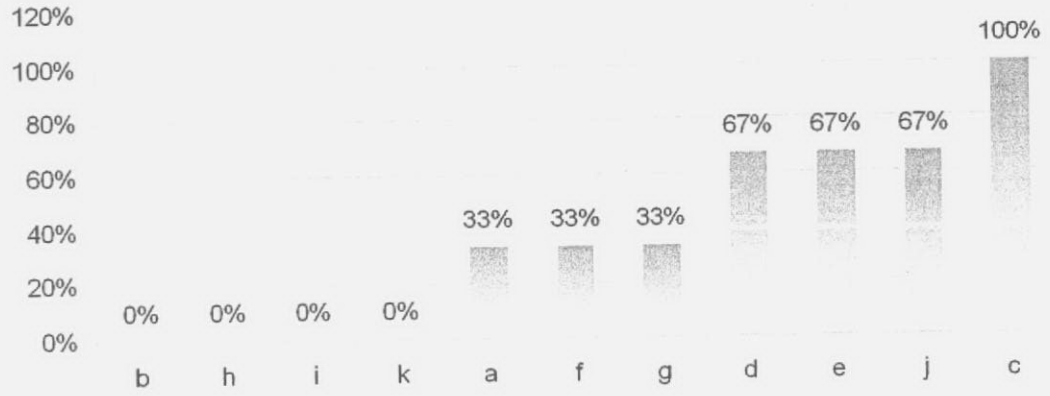
7.Cuáles?

Estadísticas que consulta	Marque Con X
a. Composición internacional	
b. Composición Nacional	
c. Composición Provincial	
d. Importaciones por NCM	
e. Exportaciones por NCM	
f. Movimiento del Puerto de Corrientes	
g. Otros (especifique)	

8. Qué información de Mercado lo ayudaría a tomar decisiones competitivas? (marque las 3 más importantes a su criterio)

Información de Mercado		Marque Con X
a.	Variedades ofrecidas por la competencia	
b.	Precios de referencia en origen	
c.	Mercados potenciales	
d.	Tendencias del mercado	
e.	Normas de trazabilidad / identificación / inocuidad	
f.	Certificaciones medioambientales / producción orgánica	
g.	Actividades de promoción comercial	
h.	Canales de distribución más efectivos	
i.	Variedades demandadas	
j.	Precios de referencia en destino	
k.	Medios de pago más utilizados	

8. Información de mercado útil

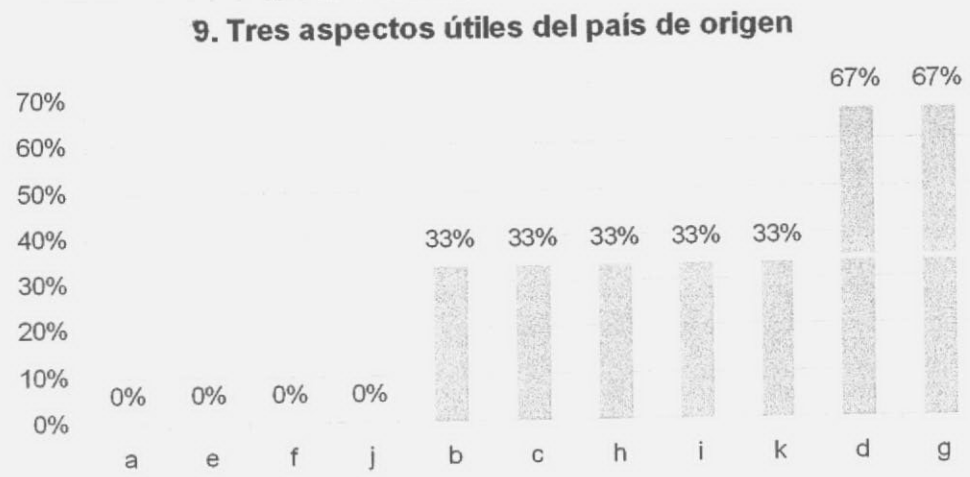


8.a. Elija 1 tema de los arriba seleccionados Ud. necesitaría contar con mayor información?

8.b. Elija 1 tema de los arriba seleccionados Ud. necesitaría contar con un mayor acompañamiento y asistencia técnica?

9. Qué información, en el país de origen, le facilitaría su actividad? (marque las 3 más importantes a su criterio)

Condiciones en origen específicas	Marque Con X
a. Inscripciones relativas al producto y establecimiento.	
b. Inscripciones ante AFIP (DGI-DGA)	
c. Clasificación arancelaria	
d. Derechos de exportación	
e. Beneficios promocionales vigentes y sus requisitos	
f. Intervención de Organismos técnicos	
g. Documentación a presentar	
h. Envases y embalajes. Rotulados y marcados.	
i. Cotizaciones de Fletes y seguros internacionales.	
j. Requisitos y costos de los medios de pago más utilizados.	
k. Formación del costo y precio de exportación.	

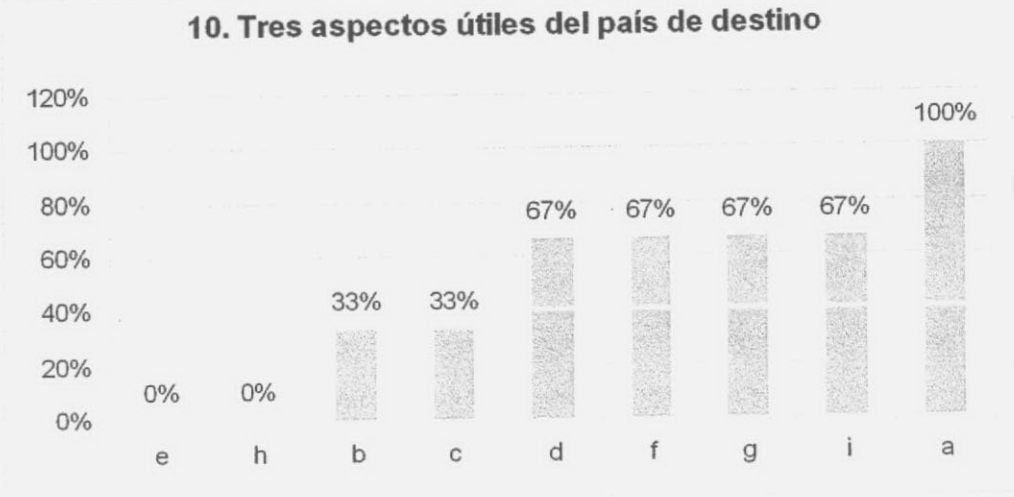


9.a. Elija 1 tema de los arriba seleccionados Ud. necesitaría contar con mayor información?

9.b. Elija 1 tema de los arriba seleccionados Ud. necesitaría contar con un mayor acompañamiento y asistencia técnica?

10. Qué información, en el país de destino, le facilitaría su actividad? (marque las 3 más importantes a su criterio)

Condiciones en destino específicas	**Marque Con X**
a. Nómina de importadores por NCM	
b. Derechos de importación y tasas	
c. Barreras no arancelarias	
d. Solvencia del importador	
e. Intervención de Organismos.	
f. Documentación exigida	
g. Certificaciones de calidad.	
h. Normas de rotulado.	
i. Canales de distribución	

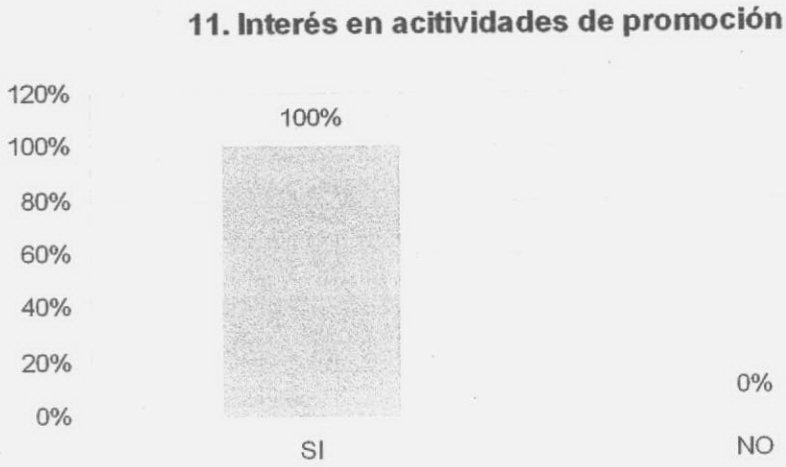


10.a. Elija 1 tema de los arriba seleccionados Ud. necesitaría contar con mayor información?

10.b. Elija 1 tema de los arriba seleccionados Ud. necesitaría contar con un mayor acompañamiento y asistencia técnica?

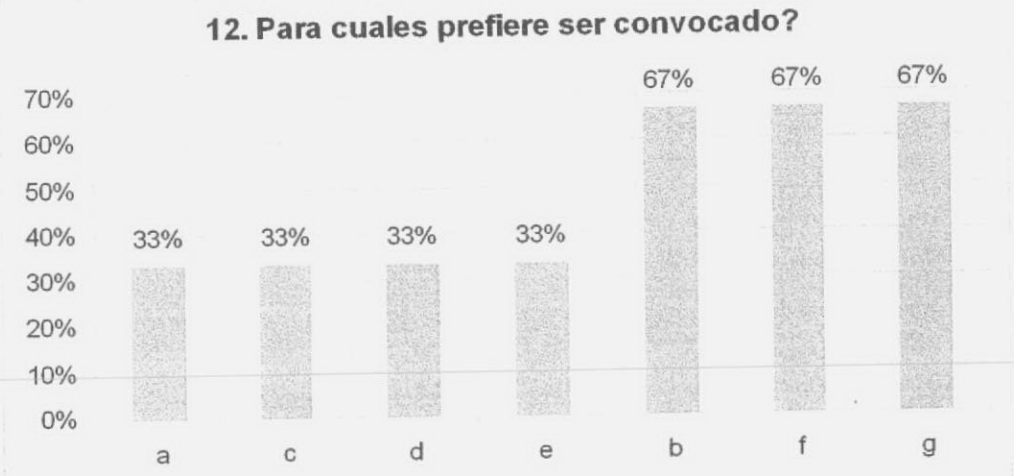
10.c. Sobre qué países le interesaría profundizar la información?

11. Le interesa participar en actividades de promoción comercial

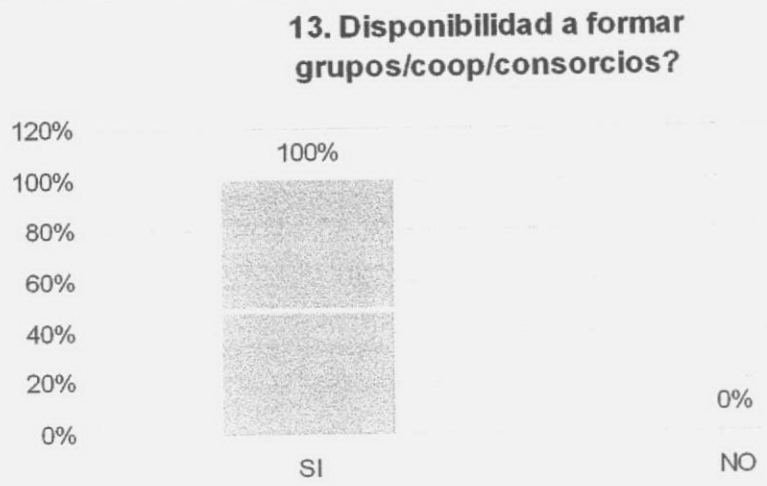


12. Para cuáles preferiría ser convocado?

a. Ferias internacionales multisectoriales	
b. Ferias internacionales sectoriales	
c. Misiones comerciales multisectoriales	
d. Misiones comerciales sectoriales	
e. Ronda de negocios en el país	
f. Ronda de negocios en el exterior	
g. Misiones Inversas (compradores extranjeros)	



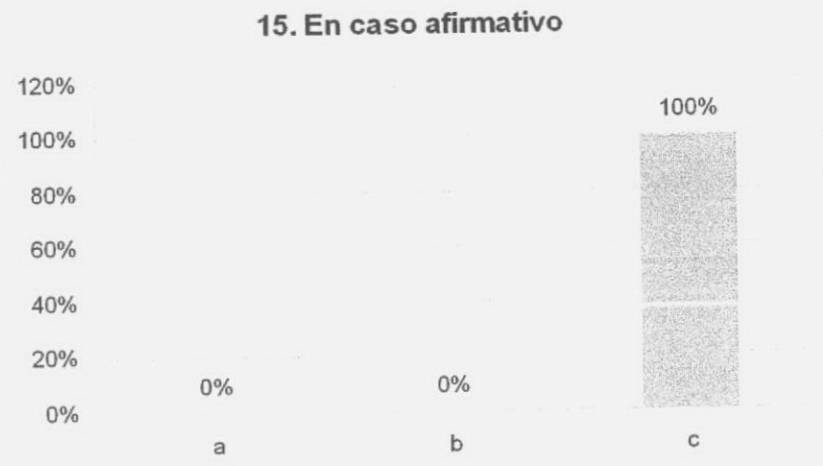
13. Está Dispuesto a conformar un grupo / cooperativa /consorcio de exportación?



14. Ud. cuenta con oferta exportable?

15. En caso afirmativo,

a. Vende solo en el mercado interno para consumo local	
b. Exporta directamente	
c. Vende en el mercado interno a terceros exportadores	



16. De haber elegido la opción c, por qué no exporta en forma directa?

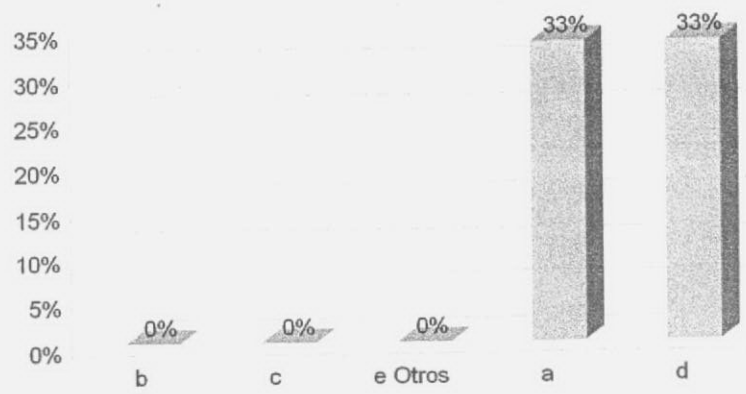
17. En lo que a capacitación se refiere, le interesaría participar de:

a. Seminarios introductorios al proceso exportador	
b. Talleres sectoriales sobre como exportar su producto	
c. Otros (especifique)	

8. En lo que a bancos se refiere necesita generalmente información relativa a:

a. Líneas de prefinanciación y financiación de exportaciones	
b. Líneas de financiación de importaciones	
c. Avales y garantías	
d. Medios de pago internacionales	
e. Otros (especifique)	

18. Información bancaria



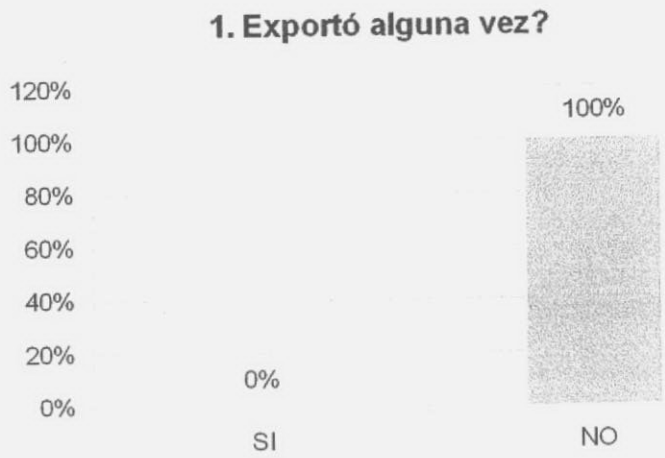
19. Por favor utilice este espacio para expresar otros temas de consulta, necesidades de información y/o demandas de asistencia técnica específicas que Ud. considera que pueden contribuir a un mejor desempeño exportador de su/s producto/s

- Bajo volumen de miel
- Grandes dificultades de acceder al crédito y falta de apoyo gubernamental
- Falta acceso al credito

PROCESAMIENTO EMPRESAS SECTOR CITRÍCOLA

ACTIVIDAD COMERCIAL

1. Exportó alguna vez



2. Lo hizo durante los últimos 3 años?

3. Durante su proceso exportador encontró dificultades

4. Si la respuesta en el punto anterior fue afirmativa, por favor enumere los 3 factores que mayor grado de dificultad le acarrearon.

a. Capacidad de producción insuficiente	
b. Calidad que no reúne los estándares internacionales	
c. Desconocimiento de los mercados internacionales	
d. Falta de capacitación de sus RR.HH.	
e. Dificultades de logística internacional	
f. Barreras arancelarias (derechos de exportación/importación)	
g. Barreras no arancelarias (cupos, certificaciones, etc.)	
h. Deficiencias en la percepción de estímulos y beneficios promocionales	
i. Riesgos comerciales de los importadores (inseguridad de cobro)	
j. Difícil acceso al crédito	

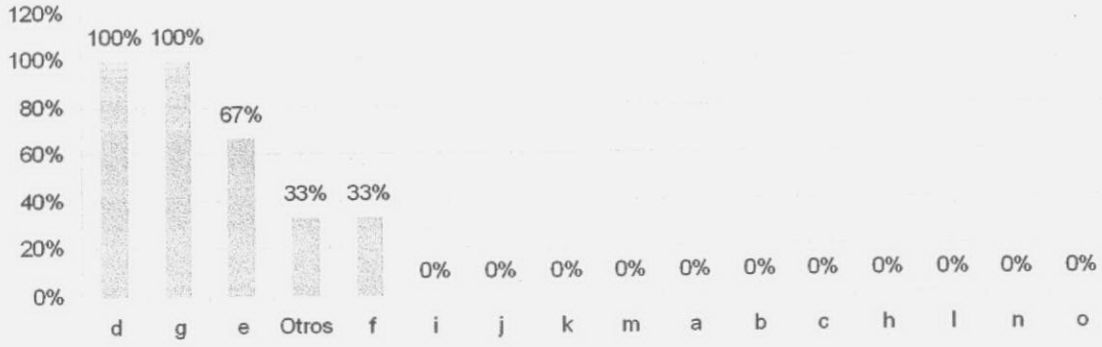
Otros (por favor enumerar)

5. Si la empresa no exportó nunca, por favor marque los 3 motivos que considere más relevantes

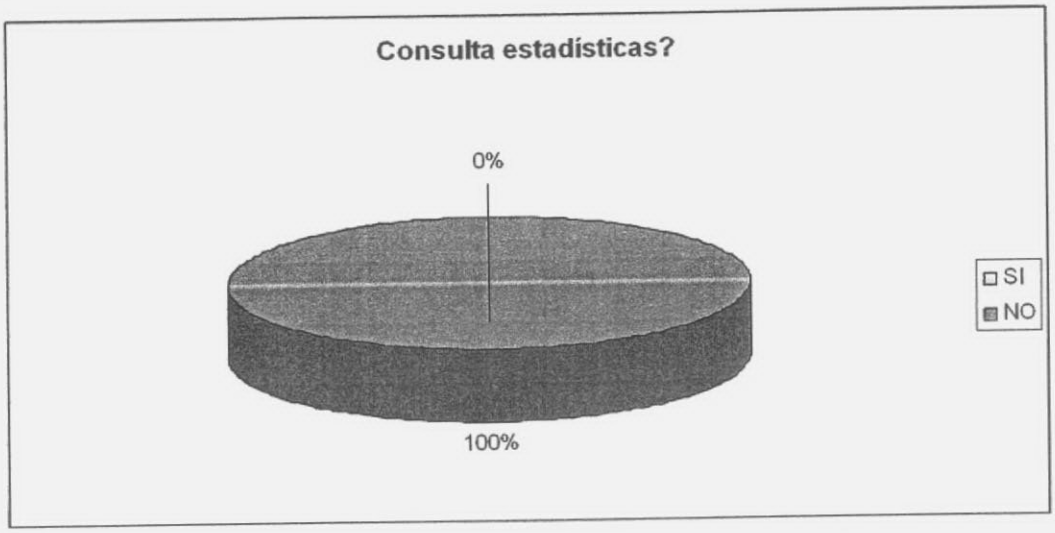
a. Emprendimiento nuevo	
b. No cuenta con capacidad ociosa	
c. Obsolescencia tecnológica	
d. No está en condiciones de certificar calidad/trazabilidad	
e. Falta de recursos financieros/difícil acceso al crédito	
f. Desconocimiento de los mercados internacionales	
g. Falta de capacitación de sus RR.HH.	
h. Dificultades de logística internacional	
i. Complejidad aduanera	
j. Complejidad y cargas tributarias	
k. Complejidad en contratos internacionales	
l. Riesgos de cobro	
m. Desconocimiento de cómo cotizar al exterior	
n. Barreras culturales/idiomáticas	
o. Competencia desleal	

Otros (por favor enumerar)

5. Tres Motivos por los que no exportó nunca



6. Ud. consulta habitualmente las estadísticas para tomar decisiones comerciales?



7. Cuáles?

Estadísticas que consulta	Marque Con X
a. Composición internacional	
b. Composición Nacional	
c. Composición Provincial	
d. Importaciones por NCM	
e. Exportaciones por NCM	
f. Movimiento del Puerto de Corrientes	
g. Otros (especifique)	

8. Qué información de Mercado lo ayudaría a tomar decisiones competitivas? (marque las 3 más importantes a su criterio)

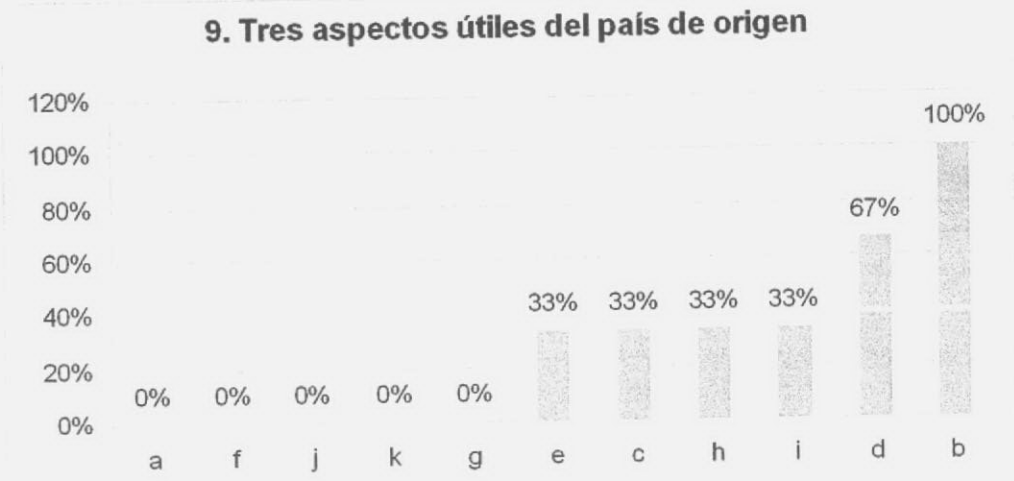
	Información de Mercado	Marque Con X
a.	Variedades ofrecidas por la competencia	
b.	Precios de referencia en origen	
c.	Mercados potenciales	
d.	Tendencias del mercado	
e.	Normas de trazabilidad / identificación / inocuidad	
f.	Certificaciones medioambientales / producción orgánica	
g.	Actividades de promoción comercial	
h.	Canales de distribución más efectivos	
i.	Variedades demandadas	
j.	Precios de referencia en destino	
k.	Medios de pago más utilizados	

8.a. Elija 1 tema de los arriba seleccionados Ud. necesitaría contar con mayor información?

8.b. Elija 1 tema de los arriba seleccionados Ud. necesitaría contar con un mayor acompañamiento y asistencia técnica?

9. Qué información, en el país de origen, le facilitaría su actividad? (marque las 3 más importantes a su criterio)

Condiciones en origen específicas	**Marque Con X**
a. Inscripciones relativas al producto y establecimiento.	
b. Inscripciones ante AFIP (DGI-DGA)	
c. Clasificación arancelaria	
d. Derechos de exportación	
e. Beneficios promocionales vigentes y sus requisitos	
f. Intervención de Organismos técnicos	
g. Documentación a presentar	
h. Envases y embalajes. Rotulados y marcados.	
i. Cotizaciones de Fletes y seguros internacionales.	
j. Requisitos y costos de los medios de pago más utilizados.	
k. Formación del costo y precio de exportación.	

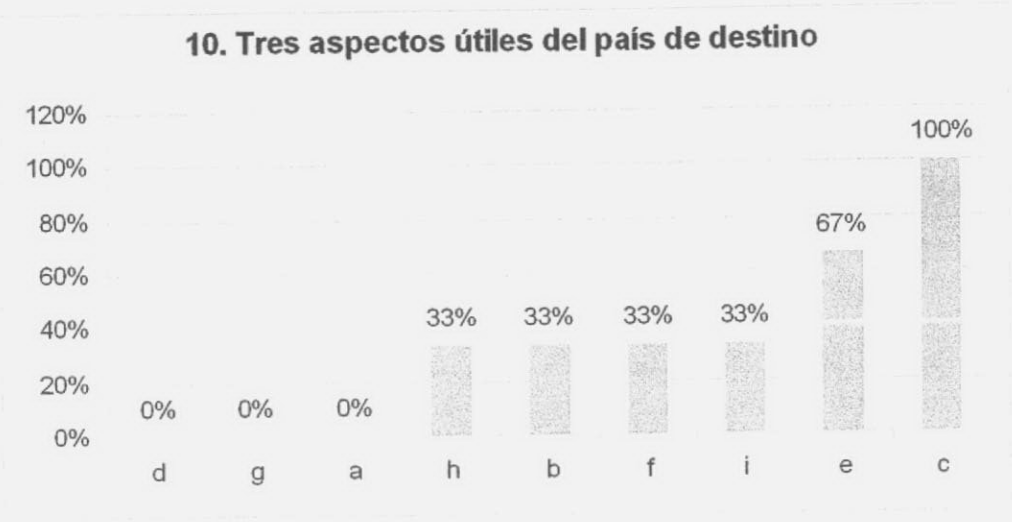


9.a. Elija 1 tema de los arriba seleccionados Ud. necesitaría contar con mayor información?

9.b. Elija 1 tema de los arriba seleccionados Ud. necesitaría contar con un mayor acompañamiento y asistencia técnica?

10. Qué información, en el país de destino, le facilitaría su actividad? (marque las 3 más importantes a su criterio)

Condiciones en destino específicas	**Marque Con X**
a. Nómina de importadores por NCM	
b. Derechos de importación y tasas	
c. Barreras no arancelarias	
d. Solvencia del importador	
e. Intervención de Organismos.	
f. Documentación exigida	
g. Certificaciones de calidad.	
h. Normas de rotulado.	
i. Canales de distribución	

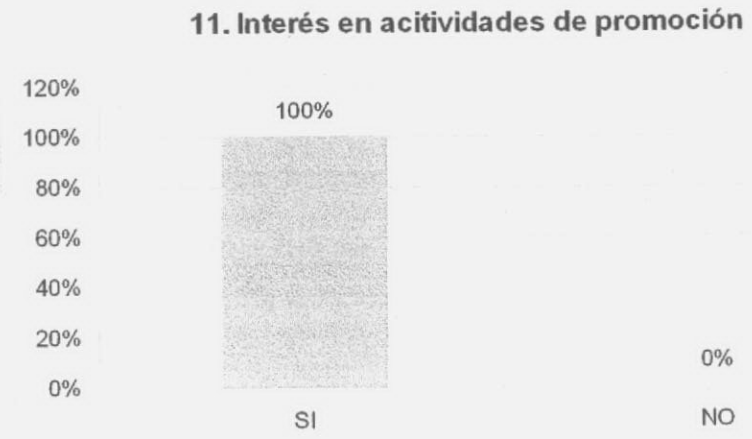


10.a. Elija 1 tema de los arriba seleccionados Ud. necesitaría contar con mayor información?

10.b. Elija 1 tema de los arriba seleccionados Ud. necesitaría contar con un mayor acompañamiento y asistencia técnica?

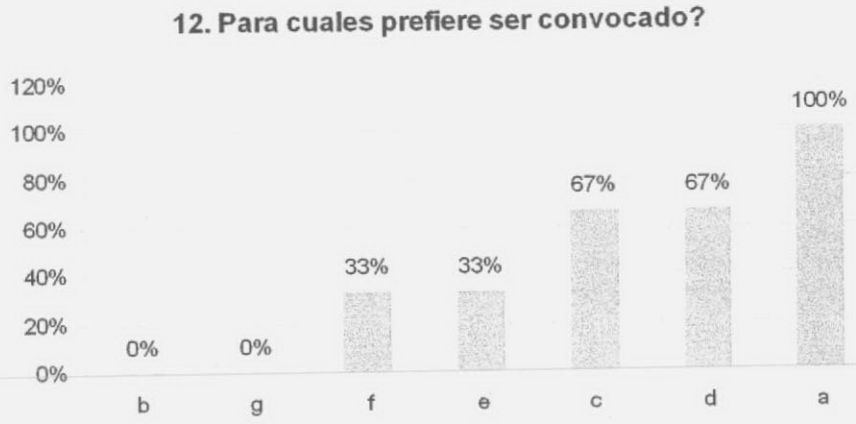
10.c. Sobre qué países le interesaría profundizar la información?

11. Le interesa participar en actividades de promoción comercial

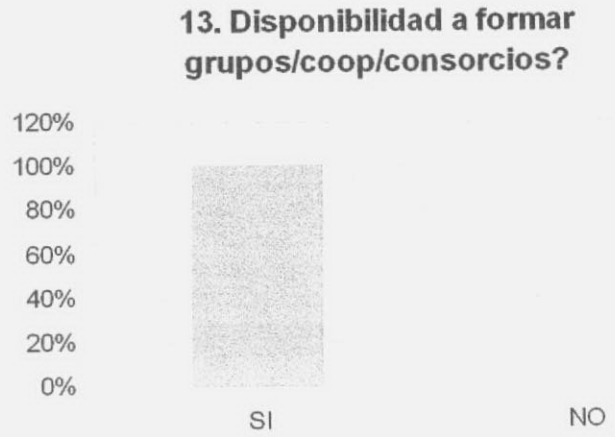


12. Para cuáles preferiría ser convocado?

a. Ferias internacionales multisectoriales	
b. Ferias internacionales sectoriales	
c. Misiones comerciales multisectoriales	
d. Misiones comerciales sectoriales	
e. Ronda de negocios en el país	
f. Ronda de negocios en el exterior	
g. Misiones Inversas (compradores extranjeros)	



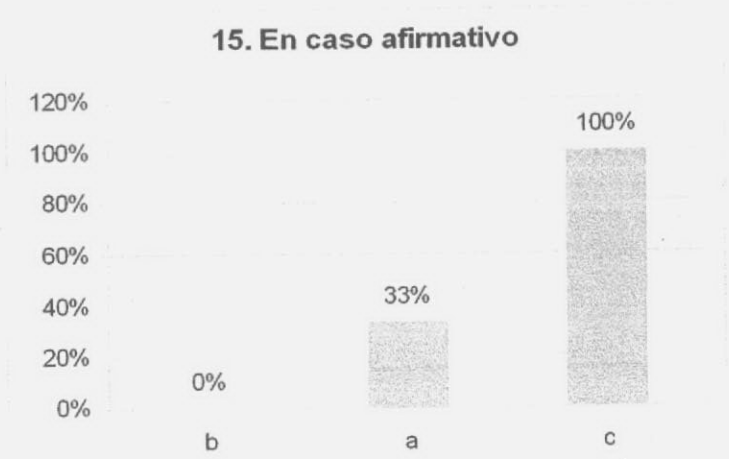
13. Está Dispuesto a conformar un grupo / cooperativa /consorcio de exportación?



14. Ud. cuenta con oferta exportable?

15. En caso afirmativo,

a. Vende solo en el mercado interno para consumo local	
b. Exporta directamente	
c. Vende en el mercado interno a terceros exportadores	

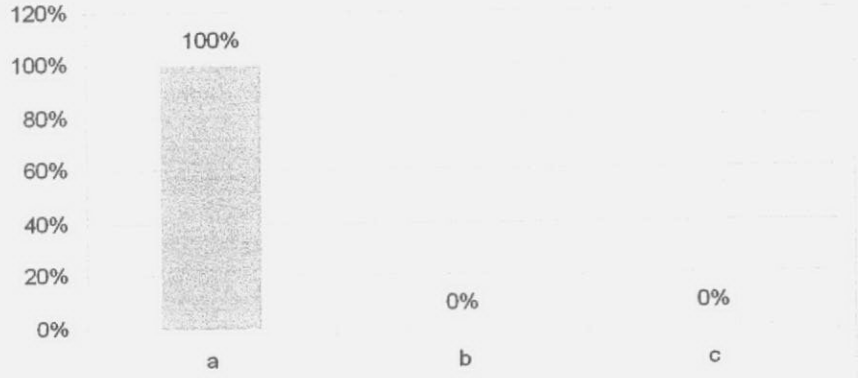


16. De haber elegido la opción c, por qué no exporta en forma directa?

17. En lo que a capacitación se refiere, le interesaría participar de:

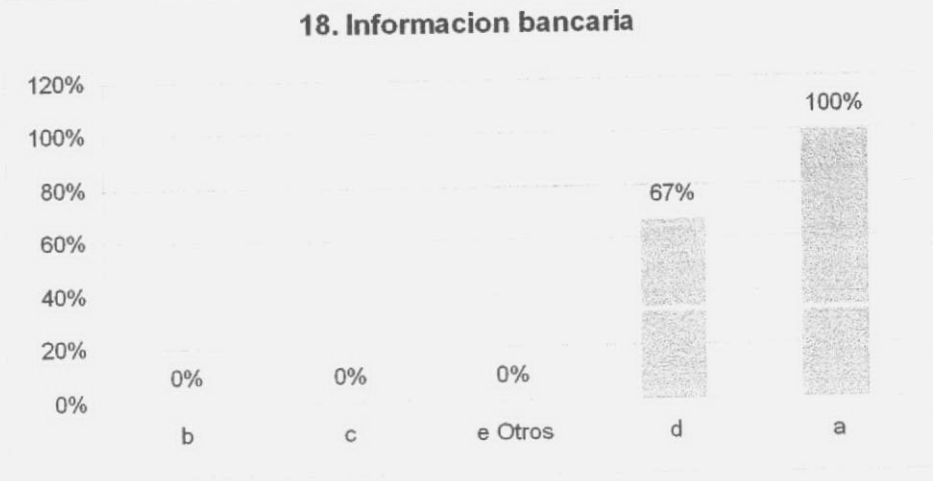
a. Seminarios introductorios al proceso exportador	
b. Talleres sectoriales sobre como exportar su producto	
c. Otros (especifique)	

17. Interés en capacitación



18. En lo que a bancos se refiere necesita generalmente información relativa a:

a. Líneas de prefinanciación y financiación de exportaciones	
b. Líneas de financiación de importaciones	
c. Avales y garantías	
d. Medios de pago internacionales	
e. Otros (especifique)	



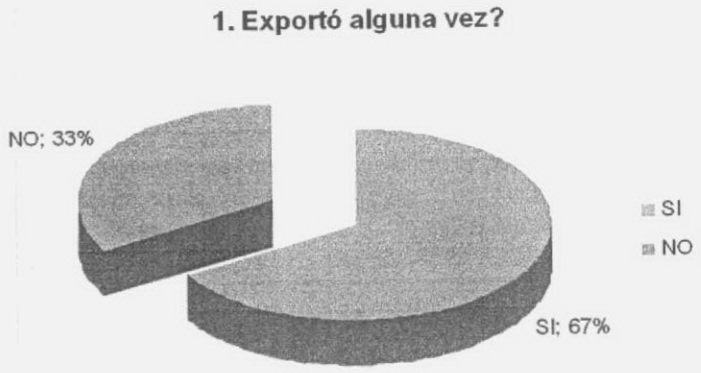
19. Por favor utilice este espacio para expresar otros temas de consulta, necesidades de información y/o demandas de asistencia técnica específicas que Ud. considera que pueden contribuir a un mejor desempeño exportador de su/s producto/s

- Se están formando cooperativas para exportar, a fin de atender a mercados de volumen y más exigentes, para poder impartir el know how y competir con mejores costos.
- Falta apoyo financiero (subsidios, créditos blandos)
- Falta más apoyo técnico de los organismos intervinientes (puerto, SENASA, nación, provincia)

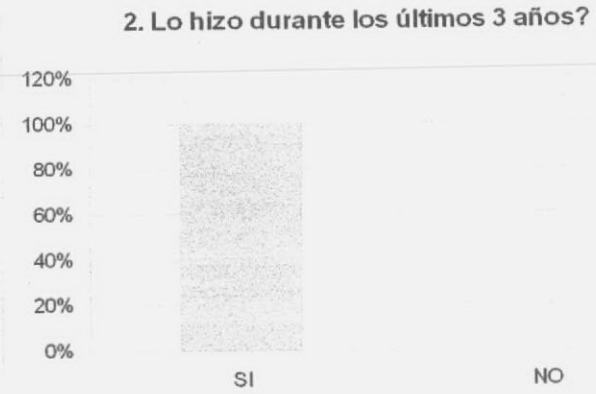
PROCESAMIENTO EMPRESAS SECTOR FORESTAL

ACTIVIDAD COMERCIAL

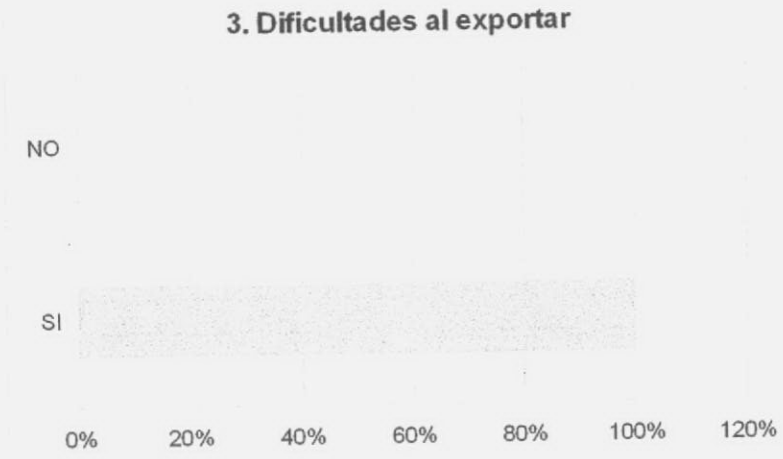
1. Exportó alguna vez



2. Lo hizo durante los últimos 3 años?



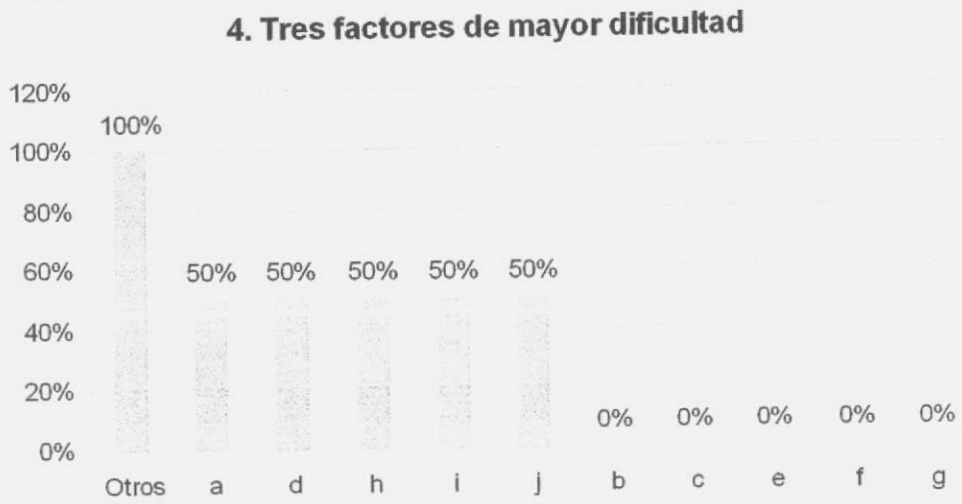
3. Durante su proceso exportador encontró dificultades



4. Si la respuesta en el punto anterior fue afirmativa, por favor enumere los 3 factores que mayor grado de dificultad le acarrearon.

a. Capacidad de producción insuficiente	
b. Calidad que no reúne los estándares internacionales	
c. Desconocimiento de los mercados internacionales	
d. Falta de capacitación de sus RR.HH.	
e. Dificultades de logística internacional	
f. Barreras arancelarias (derechos de exportación/importación)	
g. Barreras no arancelarias (cupos, certificaciones, etc.)	
h. Deficiencias en la percepción de estímulos y beneficios promocionales	
i. Riesgos comerciales de los importadores (inseguridad de cobro)	
j. Difícil acceso al crédito	

Otros (por favor enumerar)

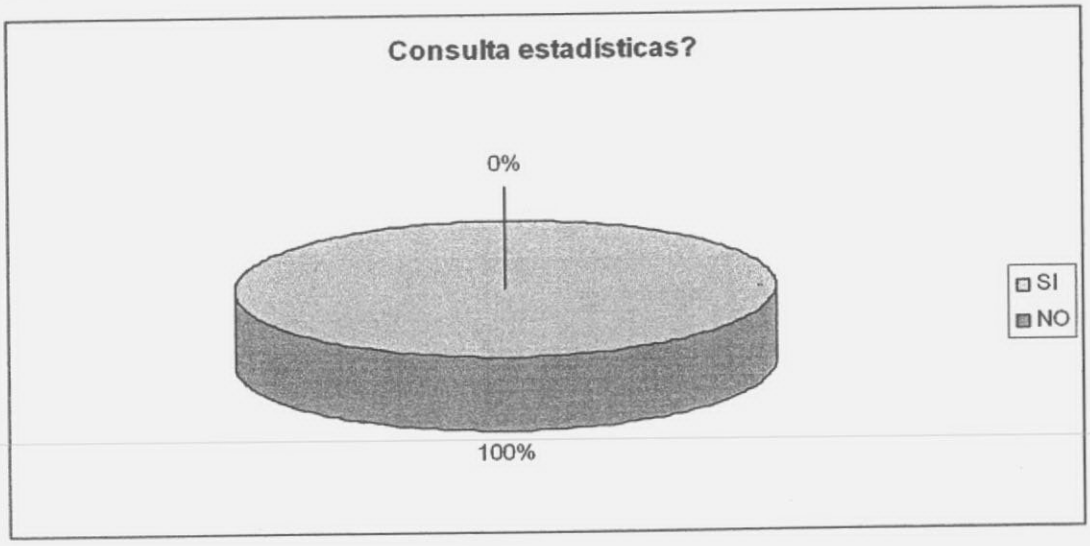


5. Si la empresa no exportó nunca, por favor marque los 3 motivos que considere más relevantes

a. Emprendimiento nuevo	
b. No cuenta con capacidad ociosa	
c. Obsolescencia tecnológica	
d. No está en condiciones de certificar calidad/trazabilidad	
e. Falta de recursos financieros/difícil acceso al crédito	
f. Desconocimiento de los mercados internacionales	
g. Falta de capacitación de sus RR.HH.	
h. Dificultades de logística internacional	
i. Complejidad aduanera	
j. Complejidad y cargas tributarias	
k. Complejidad en contratos internacionales	
l. Riesgos de cobro	
m. Desconocimiento de cómo cotizar al exterior	
n. Barreras culturales/idiomáticas	
o. Competencia desleal	

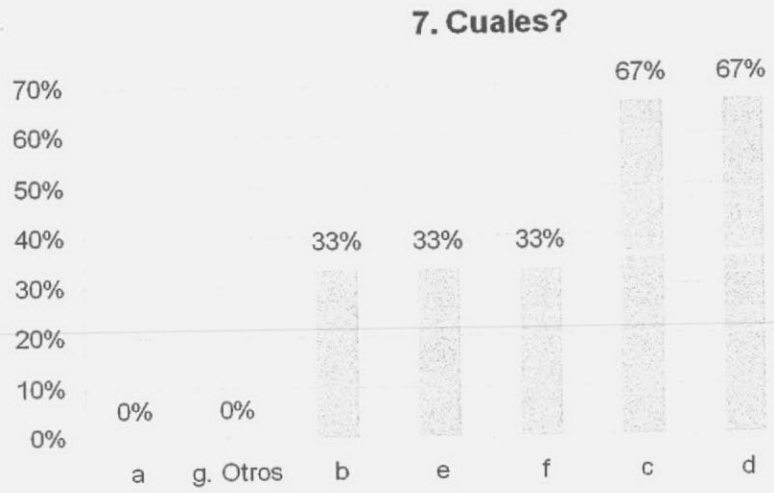
Otros (por favor enumerar)

6. Ud. consulta habitualmente las estadísticas para tomar decisiones comerciales?



7. Cuáles?

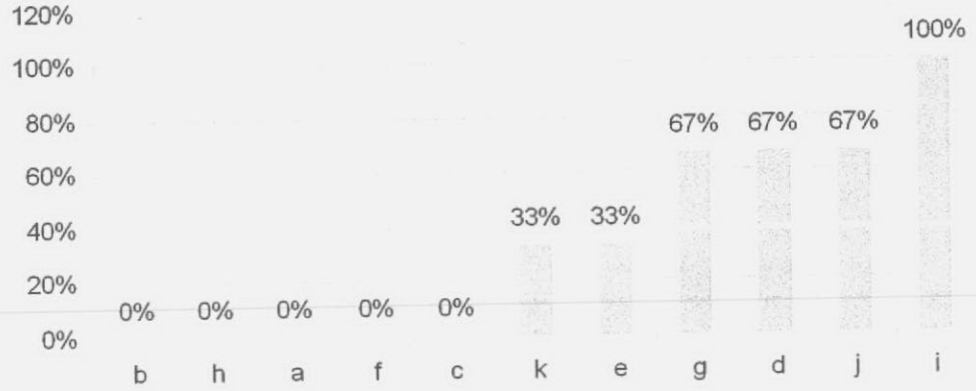
Estadísticas que consulta	Marque Con X
a. Composición internacional	
b. Composición Nacional	
c. Composición Provincial	
d. Importaciones por NCM	
e. Exportaciones por NCM	
f. Movimiento del Puerto de Corrientes	
g. Otros (especifique)	



8. Qué información de Mercado lo ayudaría a tomar decisiones competitivas? (marque las 3 más importantes a su criterio)

Información de Mercado		Marque Con X
a.	Variedades ofrecidas por la competencia	
b.	Precios de referencia en origen	
c.	Mercados potenciales	
d.	Tendencias del mercado	
e.	Normas de trazabilidad / identificación / inocuidad	
f.	Certificaciones medioambientales / producción orgánica	
g.	Actividades de promoción comercial	
h.	Canales de distribución más efectivos	
i.	Variedades demandadas	
j.	Precios de referencia en destino	
k.	Medios de pago más utilizados	

8. Información de mercado útil

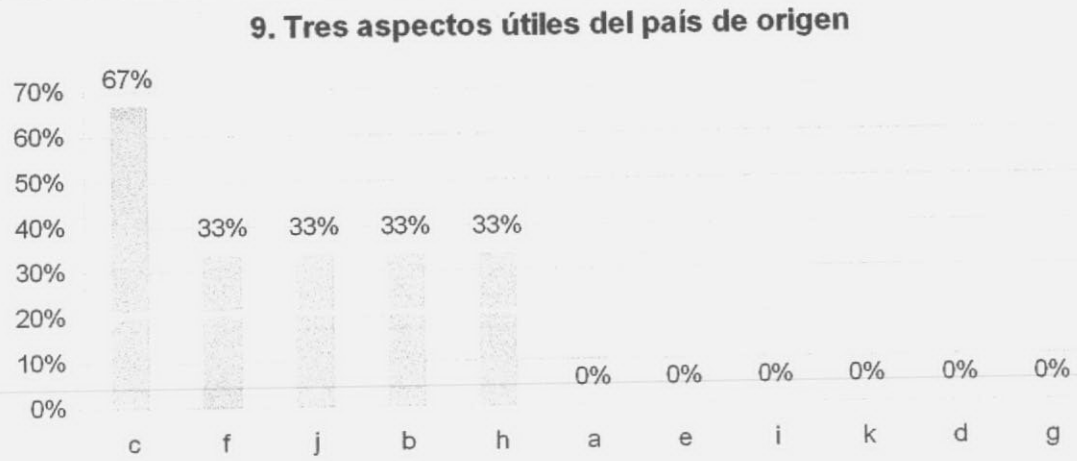


8.a. Elija 1 tema de los arriba seleccionados Ud. necesitaría contar con mayor información?

8.b. Elija 1 tema de los arriba seleccionados Ud. necesitaría contar con un mayor acompañamiento y asistencia técnica?

9. Qué información, en el país de origen, le facilitaría su actividad? (marque las 3 más importantes a su criterio)

Condiciones en origen específicas	**Marque Con X**
a. Inscripciones relativas al producto y establecimiento.	
b. Inscripciones ante AFIP (DGI-DGA)	
c. Clasificación arancelaria	
d. Derechos de exportación	
e. Beneficios promocionales vigentes y sus requisitos	
f. Intervención de Organismos técnicos	
g. Documentación a presentar	
h. Envases y embalajes. Rotulados y marcados.	
i. Cotizaciones de Fletes y seguros internacionales.	
j. Requisitos y costos de los medios de pago más utilizados.	
k. Formación del costo y precio de exportación.	

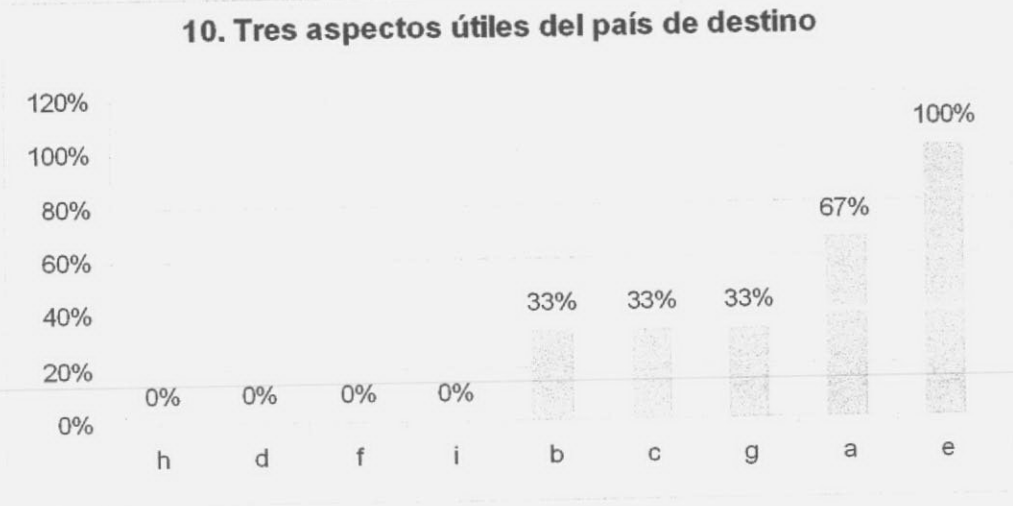


9.a. Elija 1 tema de los arriba seleccionados Ud. necesitaría contar con mayor información?

9.b. Elija 1 tema de los arriba seleccionados Ud. necesitaría contar con un mayor acompañamiento y asistencia técnica?

10. Qué información, en el país de destino, le facilitaría su actividad? (marque las 3 más importantes a su criterio)

Condiciones en destino específicas	**Marque Con X**
a. Nómina de importadores por NCM	
b. Derechos de importación y tasas	
c. Barreras no arancelarias	
d. Solvencia del importador	
e. Intervención de Organismos.	
f. Documentación exigida	
g. Certificaciones de calidad.	
h. Normas de rotulado.	
i. Canales de distribución	

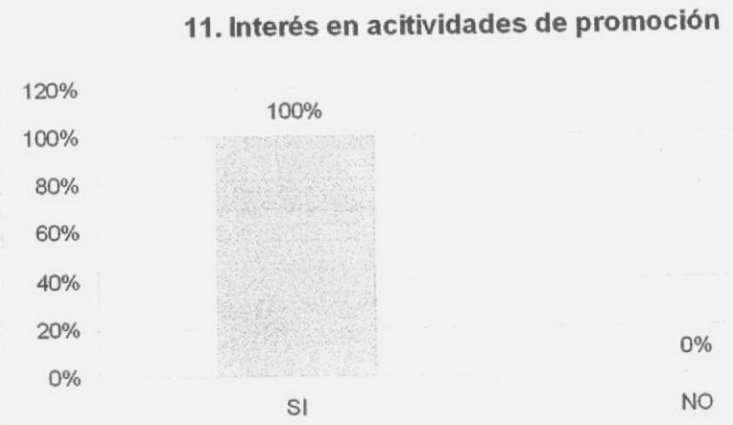


10.a. Elija 1 tema de los arriba seleccionados Ud. necesitaría contar con mayor información?

10.b. Elija 1 tema de los arriba seleccionados Ud. necesitaría contar con un mayor acompañamiento y asistencia técnica?

10.c. Sobre qué países le interesaría profundizar la información?

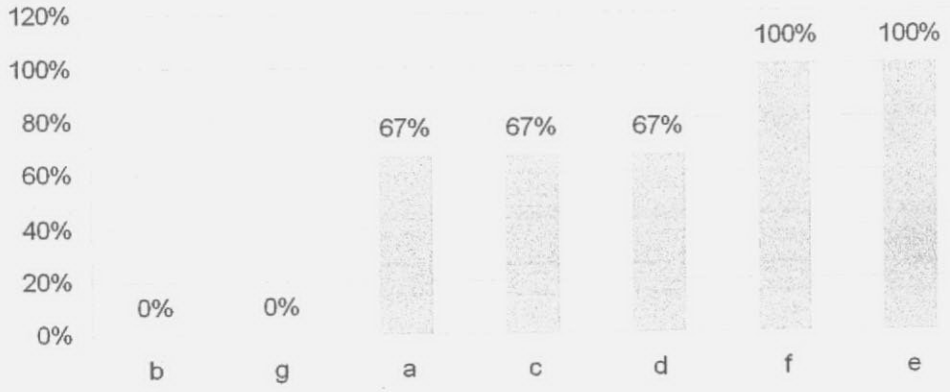
11. Le interesa participar en actividades de promoción comercial



12. Para cuáles preferiría ser convocado?

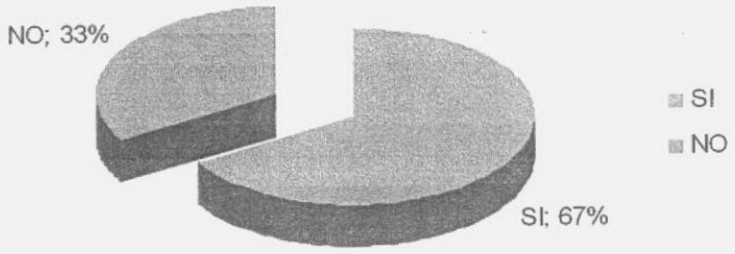
a. Ferias internacionales multisectoriales	
b. Ferias internacionales sectoriales	
c. Misiones comerciales multisectoriales	
d. Misiones comerciales sectoriales	
e. Ronda de negocios en el país	
f. Ronda de negocios en el exterior	
g. Misiones Inversas (compradores extranjeros)	

12. Para cuales prefiere ser convocado?



13. Está Dispuesto a conformar un grupo / cooperativa /consorcio de exportación?

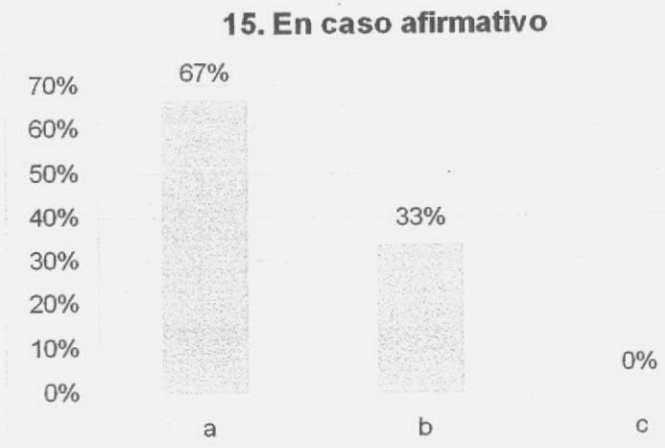
13. Disponibilidad para formar grupos/coop/consorcios



14. Ud. cuenta con oferta exportable?

15. En caso afirmativo,

a. Vende solo en el mercado interno para consumo local	
b. Exporta directamente	
c. Vende en el mercado interno a terceros exportadores	

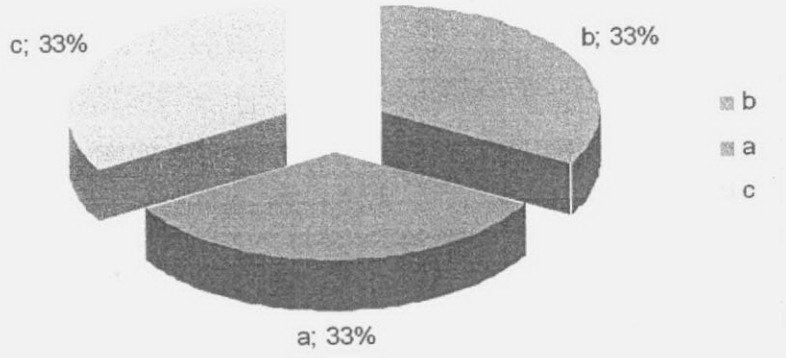


16. De haber elegido la opción c, por qué no exporta en forma directa?

17. En lo que a capacitación se refiere, le interesaría participar de:

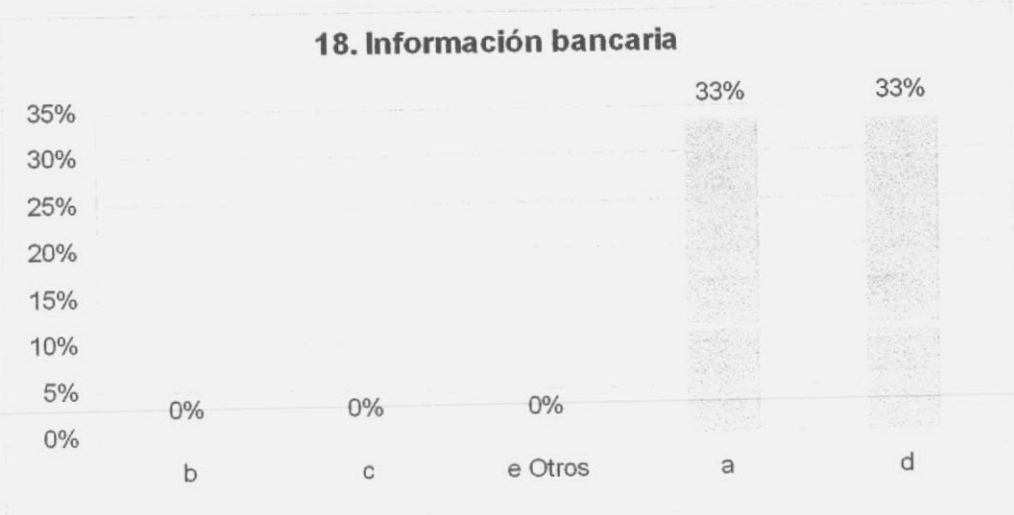
a. Seminarios introductorios al proceso exportador	
b. Talleres sectoriales sobre como exportar su producto	
c. Otros (especifique)	

17. Interés en capacitación



18. En lo que a bancos se refiere necesita generalmente información relativa a:

a. Líneas de prefinanciación y financiación de exportaciones	
b. Líneas de financiación de importaciones	
c. Avales y garantías	
d. Medios de pago internacionales	
e. Otros (especifique)	



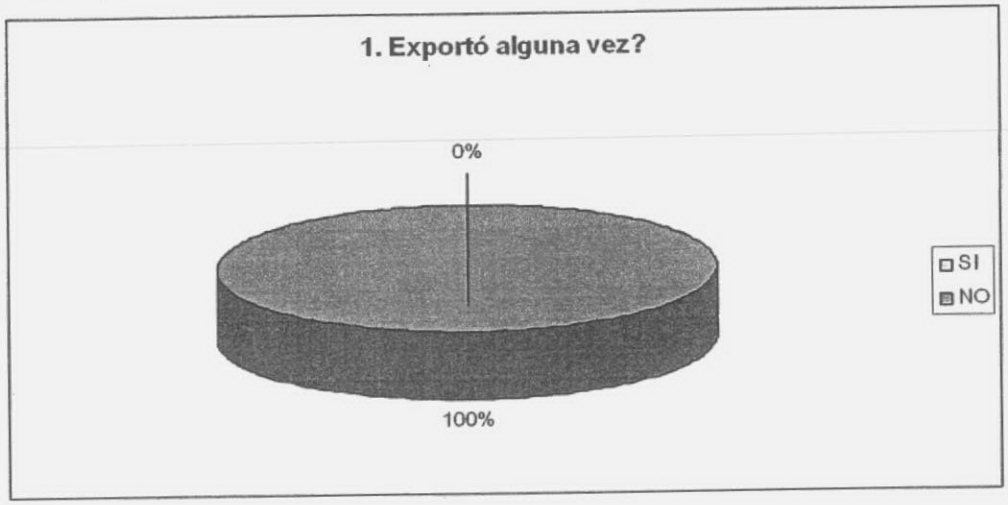
19. Por favor utilice este espacio para expresar otros temas de consulta, necesidades de información y/o demandas de asistencia técnica específicas que Ud. considera que pueden contribuir a un mejor desempeño exportador de su/s producto/s

- El interés más común de los compradores es en productos poco elaborados, no de gran valor agregado.
- No se puede competir con la tecnología mundial.
- Fuerte intermediación comercial, que no paga mucho, y revende a precios muy altos.
- Falta apoyo en canales directos.

PROCESAMIENTO EMPRESAS SECTOR HORTÍCOLA

ACTIVIDAD COMERCIAL

1. Exportó alguna vez



2. Lo hizo durante los últimos 3 años?

3. Durante su proceso exportador encontró dificultades

4. Si la respuesta en el punto anterior fue afirmativa, por favor enumere los 3 factores que mayor grado de dificultad le acarrearon.

a. Capacidad de producción insuficiente	
b. Calidad que no reúne los estándares internacionales	
c. Desconocimiento de los mercados internacionales	
d. Falta de capacitación de sus RR.HH.	
e. Dificultades de logística internacional	
f. Barreras arancelarias (derechos de exportación/importación)	
g. Barreras no arancelarias (cupos, certificaciones, etc.)	
h. Deficiencias en la percepción de estímulos y beneficios promocionales	
i. Riesgos comerciales de los importadores (inseguridad de cobro)	
j. Difícil acceso al crédito	

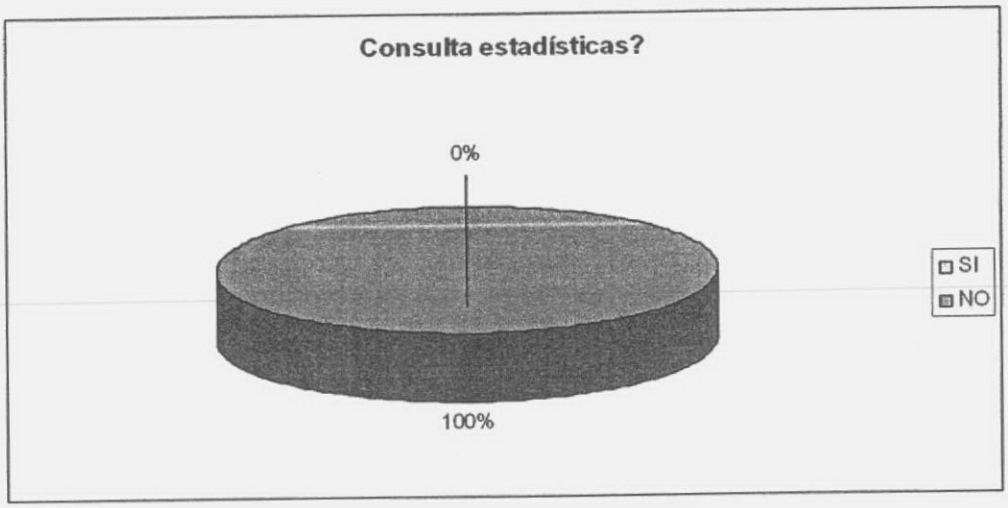
Otros (por favor enumerar)

5. Si la empresa no exportó nunca, por favor marque los 3 motivos que considere más relevantes

a. Emprendimiento nuevo	
b. No cuenta con capacidad ociosa	
c. Obsolescencia tecnológica	
d. No está en condiciones de certificar calidad/trazabilidad	
e. Falta de recursos financieros/difícil acceso al crédito	
f. Desconocimiento de los mercados internacionales	
g. Falta de capacitación de sus RR.HH.	
h. Dificultades de logística internacional	
i. Complejidad aduanera	
j. Complejidad y cargas tributarias	
k. Complejidad en contratos internacionales	
l. Riesgos de cobro	
m. Desconocimiento de cómo cotizar al exterior	
n. Barreras culturales/idiomáticas	
o. Competencia desleal	

Otros (por favor enumerar)

6. Ud. consulta habitualmente las estadísticas para tomar decisiones comerciales?



7. Cuáles?

Estadísticas que consulta	Marque Con X
a. Composición internacional	
b. Composición Nacional	
c. Composición Provincial	
d. Importaciones por NCM	
e. Exportaciones por NCM	
f. Movimiento del Puerto de Corrientes	
g. Otros (especifique)	

8. Qué información de Mercado lo ayudaría a tomar decisiones competitivas? (marque las 3 más importantes a su criterio)

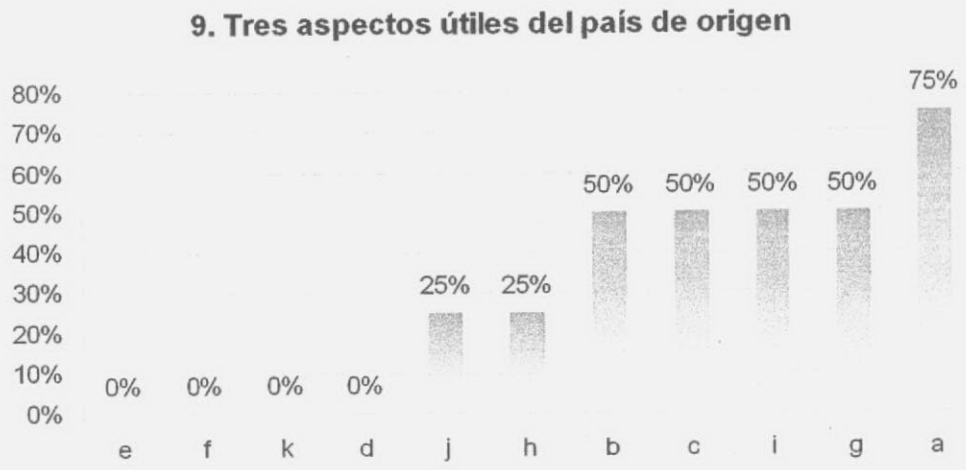
	Información de Mercado	Marque Con X
a.	Variedades ofrecidas por la competencia	
b.	Precios de referencia en origen	
c.	Mercados potenciales	
d.	Tendencias del mercado	
e.	Normas de trazabilidad / identificación / inocuidad	
f.	Certificaciones medioambientales / producción orgánica	
g.	Actividades de promoción comercial	
h.	Canales de distribución más efectivos	
i.	Variedades demandadas	
j.	Precios de referencia en destino	
k.	Medios de pago más utilizados	

8.a. Elija 1 tema de los arriba seleccionados Ud. necesitaría contar con mayor información?

8.b. Elija 1 tema de los arriba seleccionados Ud. necesitaría contar con un mayor acompañamiento y asistencia técnica?

9. Qué información, en el país de origen, le facilitaría su actividad? (marque las 3 más importantes a su criterio)

Condiciones en origen específicas	Marque Con X
a. Inscripciones relativas al producto y establecimiento.	
b. Inscripciones ante AFIP (DGI-DGA)	
c. Clasificación arancelaria	
d. Derechos de exportación	
e. Beneficios promocionales vigentes y sus requisitos	
f. Intervención de Organismos técnicos	
g. Documentación a presentar	
h. Envases y embalajes. Rotulados y marcados.	
i. Cotizaciones de Fletes y seguros internacionales.	
j. Requisitos y costos de los medios de pago más utilizados.	
k. Formación del costo y precio de exportación.	



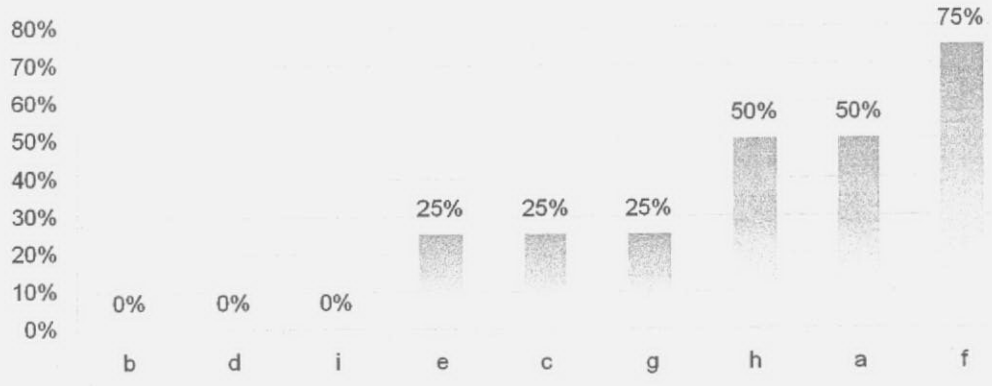
9.a. Elija 1 tema de los arriba seleccionados Ud. necesitaría contar con mayor información?

9.b. Elija 1 tema de los arriba seleccionados Ud. necesitaría contar con un mayor acompañamiento y asistencia técnica?

10. Qué información, en el país de destino, le facilitaría su actividad? (marque las 3 más importantes a su criterio)

Condiciones en destino específicas	Marque Con X
a. Nómina de importadores por NCM	
b. Derechos de importación y tasas	
c. Barreras no arancelarias	
d. Solvencia del importador	
e. Intervención de Organismos.	
f. Documentación exigida	
g. Certificaciones de calidad.	
h. Normas de rotulado.	
i. Canales de distribución	

10. Tres aspectos útiles del país de destino

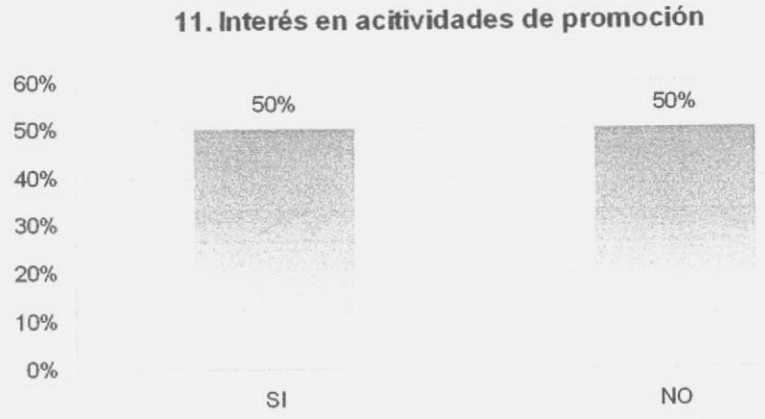


10.a. Elija 1 tema de los arriba seleccionados Ud. necesitaría contar con mayor información?

10.b. Elija 1 tema de los arriba seleccionados Ud. necesitaría contar con un mayor acompañamiento y asistencia técnica?

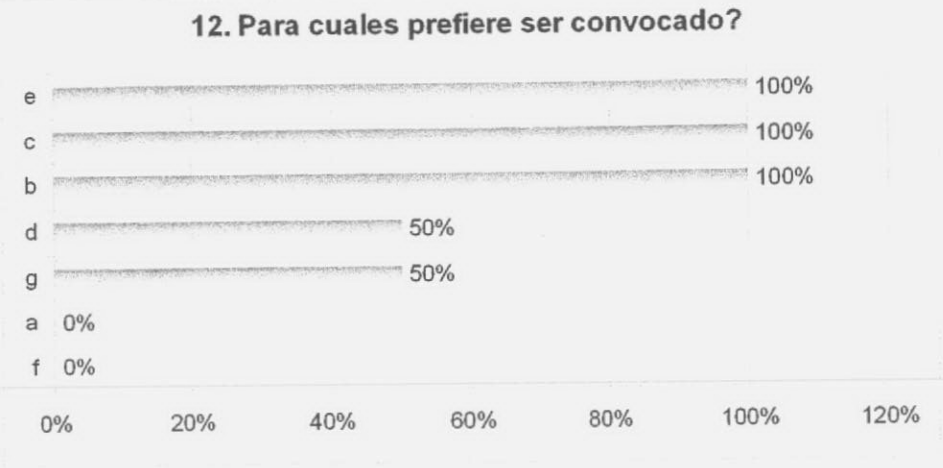
10.c. Sobre qué países le interesaría profundizar la información?

11. Le interesa participar en actividades de promoción comercial

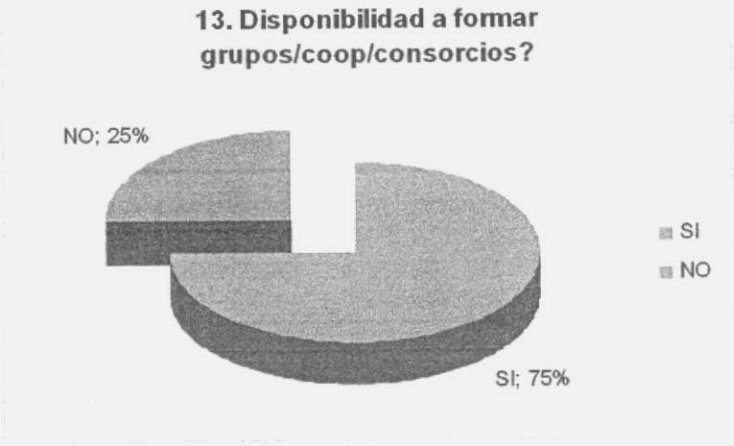


12. Para cuáles preferiría ser convocado?

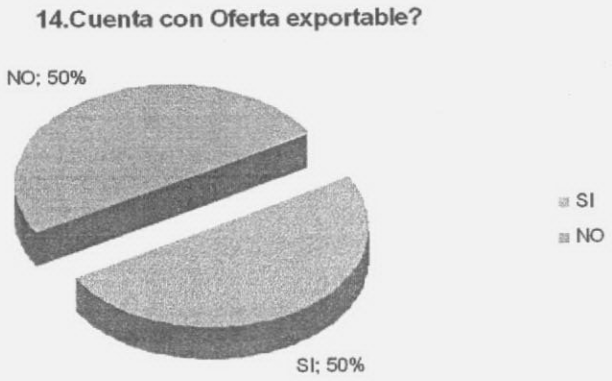
a. Ferias internacionales multisectoriales	
b. Ferias internacionales sectoriales	
c. Misiones comerciales multisectoriales	
d. Misiones comerciales sectoriales	
e. Ronda de negocios en el país	
f. Ronda de negocios en el exterior	
g. Misiones Inversas (compradores extranjeros)	



13. Está Dispuesto a conformar un grupo / cooperativa /consorcio de exportación?

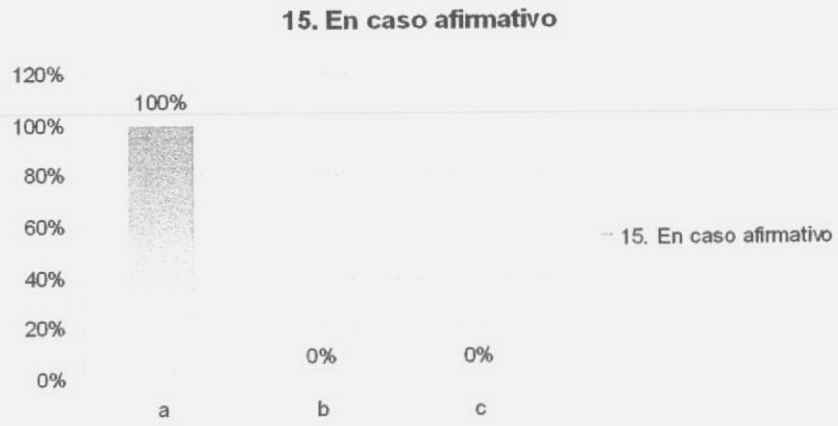


14. Ud. cuenta con oferta exportable?



15. En caso afirmativo,

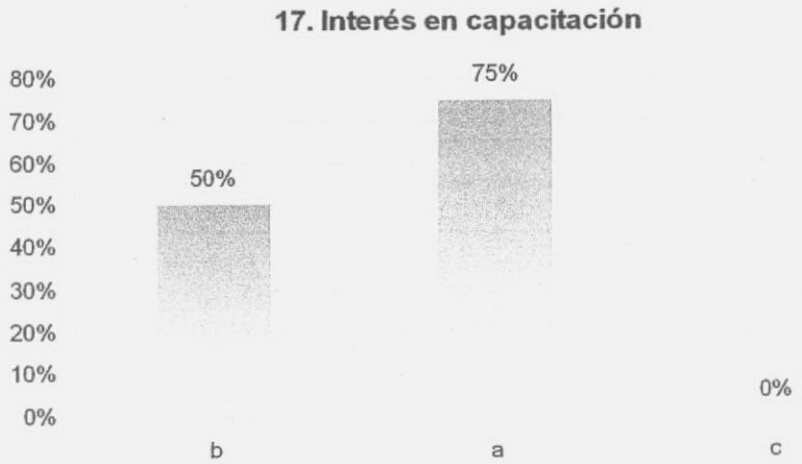
a. Vende solo en el mercado interno para consumo local	
b. Exporta directamente	
c. Vende en el mercado interno a terceros exportadores	



16. De haber elegido la opción c, por qué no exporta en forma directa?

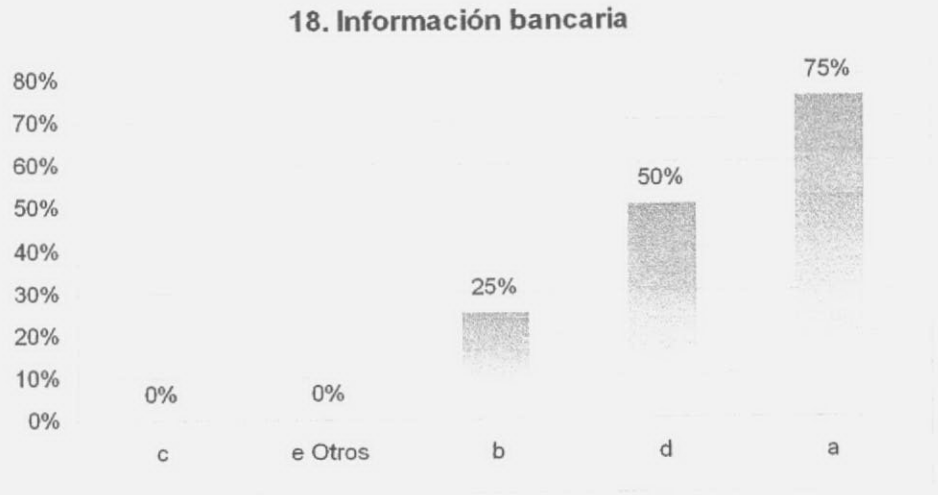
17. En lo que a capacitación se refiere, le interesaría participar de:

a. Seminarios introductorios al proceso exportador	
b. Talleres sectoriales sobre como exportar su producto	
c. Otros (especifique)	



18. En lo que a bancos se refiere necesita generalmente información relativa a:

a. Líneas de prefinanciación y financiación de exportaciones	
b. Líneas de financiación de importaciones	
c. Avales y garantías	
d. Medios de pago internacionales	
e. Otros (especifique)	



19. Por favor utilice este espacio para expresar otros temas de consulta, necesidades de información y/o demandas de asistencia técnica específicas que Ud. considera que pueden contribuir a un mejor desempeño exportador de su/s producto/s

PROCESAMIENTO EMPRESAS SECTOR GANADERO: GENÉTICA

A pesar de ser una actividad histórica en la provincia de Corrientes, podemos decir que la misma se perfiló a lo largo de los años como una actividad destinada a abastecer el mercado interno, tanto provincial como nacional. Dentro de las nuevas formas de negocio que adoptó del sector ganadero, vemos que una de las mas relevantes hoy en día es la GENETICA. Esta actividad se diferencia de la desarrollada por los productores convencionales, por que cuenta con un alto perfil exportador, debido a sus características de desarrollo. Es por eso que no quisimos dejar afuera esta nueva actividad, ya que en la provincia está en proceso de franco desarrollo.

En base a una encuesta de relevamiento, pudimos obtener información sobre la experiencia comercial que viene desarrollando esta nueva actividad. Enfocando nuestro análisis en la comercialización internacional, a continuación se detallan algunos aspectos relevantes:

Cuando se interrogó a la empresa para saber si tenía experiencia exportadora, la misma respondió afirmativamente destacando que lo había hecho recientemente, sin haber tenido dificultades a la hora de exportar.

Esta empresa, para desarrollar el negocio consulta información estadística, resaltado como una de las más importantes: la composición internacional del sector, a entender: precios de referencia en origen, actividades de promoción comercial, variedades demandadas y precios de referencia en destino.

Entre la información relevante que se debe contar en origen, la mencionada empresa destacó: la clasificación arancelaria del producto, los beneficios promocionales vigentes y sus requisitos, cotización de fletes y seguros internacionales, y por último, los requisitos y costos de los medios de pago mas utilizados para asegurar una correcta operación de comercio exterior.

En cuanto a lo que se debería saber sobre le país de destino para facilitar una operación, resaltaron: los derechos de importación, las barreras no arancelarias y la documentación exigida. Cabe destacar, que debido al tipo de producto que se trata,

va a ser esencial contar con esta información para no tener imprevistos en destino, debido a que no está muy difundido el régimen legal aplicable.

Resaltan la necesidad de capacitación, específicamente, recomiendan se desarrollen: seminarios introductorios al proceso exportador, y talleres sectoriales sobre cóo exportar el producto.

Finalizando este análisis, resaltamos una característica que se presenta no solo en esta actividad y es común a todos los sectores productivos, siendo esta la necesidad de información a cerca de líneas de prefinanciación y financiación de exportaciones, avales y garantías, y líneas de financiación de importaciones.

CUESTIONARIO CÁMARAS, ASOCIACIONES, COOPERATIVAS, REFERENTES

SECTOR GANADERO - GENÉTICA

1. Qué información de Mercado ayudaría a que su sector sea más competitivo? (nombre al menos 3 que considere más importantes a su criterio)

Podemos definir los siguientes temas, como las necesidades principales de información que deberían incluirse en las guías, para lograr mayor competitividad del sector ganadero:

Existencia ganadera cierta por segmentos, razas, categorías, etc.	Análisis demográfico de productores agropecuarios	Análisis de la cadena de ganados y carnes, mercados, remates, ventas particulares, frigoríficos, consumo y exportación, flujo operado, etc.
Liberalización exportaciones	Información de oferta genética	Progenia esperada

2. Mencione el/los producto/s que, dentro de su cadena de valor, cree usted tiene/n un mayor perfil exportador en la Provincia?

Producto 1: CARNE

Producto 2: GENETICA

Producto 3: RECRIA

Producto 4: NOVILLO

¿Por qué?

Razones	**Marque con X**
a) Calidad	X
b) Continuidad en abastecimiento	X
c) Demanda internacional creciente	X
d) Contra Estación del producto	
e) Precios competitivos internacionalmente	X
f) Apoyo gubernamental (nacional/provincial/municipal)	
g) Otros (especifique)	

Podemos decir, respecto a esta información podemos definir en una primera percepción que este sector seria eficiente a nivel internacional ya que cuenta con tres requisitos imprescindibles como CANTIDAD, CALIDAD Y COMPETITIVIDAD. Para ratificar esta afirmación debería: constatarse esta percepción que tiene el sector de si mismo al momento de negociar internacionalmente sus productos.

3. **¿De qué origen son los insumos que utiliza para conformar su oferta exportable?**

Origen de los insumos	**Marque con X**
a. De la provincia exclusivamente	
b. De la provincia + de otras provincias	X
c. Solo importados	X
d. De la provincia/s + importados	X

En este punto podemos ver que no existe dependencia de uno u otro mercado (interno/externo) para la provisión de insumos necesarios, siendo esto una fortaleza con la que cuenta el sector ya que no se vera desproveído en el corto y/o mediano plazo, y por que no a largo plazo.

4. **Qué organismos nacionales intervienen en su sector a los fines de habilitar y controlar los productos exportables?**
   - SENASA. ONCCA

5. **Los productores / empresarios de su sector en Corrientes, están en condiciones de cumplir los requisitos exigidos por dichos organismos?**

SI	
NO	X

6. **En caso de respuesta negativa, por favor mencione las principales dificultades al respecto.**
   - Regulaciones alejadas de la realidad operativa local.

- El 40% no puede por ser pequeños productores
- desconocimiento de procedimientos (desinformación)
- Altos costos.

Pareciera ser, según la información de esta respuesta, que la mayor traba en el sector ganadero, seria la intervención de los organismos oficiales y su gestión a la hora de facilitar el comercio.

7. **A la hora de planificar una exportación, ¿cuáles son los principales obstáculos a los cuales se enfrenta?**

En origen

- Burocracia documental

En destino

8. **¿Qué tipo de asesoramiento/ asistencia técnica necesitaría para facilitar su proceso exportador?**

- Plan ganadero nacional y provincial integral a mediano y largo.
- Definir un perfil para Producir y engordar para la exportación
- Aumentar el dinamismo de los negocios, (des obstaculizar)
- Existencia de un organismo estatal con objetivos claros.

Otra vez, vemos como el sector ganadero responsabiliza/ identifica al sector publico como su mayor obstáculo.

9. **Que no debería faltar en materia de información en una Guía Práctica de Exportación para su sector?**
   - Gerentes o gerenciadores del negocio, especialistas en el tema.
   - Nómina de importadores

10. **Otras observaciones / demandas / comentarios**
    - Demanda un plan nacional ganadero a largo plazo con acciones concretas

Análisis del sector Ganadero:

Dentro de este sector podemos ver claramente que el mismo se autodefine como potencialmente preparado para competir en los mercados internacionales, y percibe como el principal responsable de obstaculizar el comercio al sector público: organismos de intervención como SENASA, el gobierno nacional con la ausencia de un plan integral a seguir, y al gobierno provincial con la indefinición de políticas que determinen el perfil productivo de la provincia.

SECTOR FRUTIHORTICOLA

1. Qué información de Mercado ayudaría a que su sector sea más competitivo? (nombre al menos 3 que considere más importantes a su criterio)

Para lograr mayor competitividad del sector, podemos definir los siguientes temas, como las necesidades principales de información que deberían incluirse en las guías.

Listado de importadores de frutas frescas de: UE, USA, Rusia, Países del Este, Canadá	Variedades de citrus demandada en dichos mercados	Principales competidores (países), estación y volúmenes
Sobre importadores		

2. Mencione el/los producto/s que, dentro de su cadena de valor, cree usted tiene/n un mayor perfil exportador en la Provincia?

Producto 1: Citrus (naranjas, mandarinas, limones)

Producto 2: Jugos concentrados y aceites esenciales

Producto 3: Pimientos morrones

¿Por qué?

Razones	**Marque con X**
h) Calidad	X
i) Continuidad en abastecimiento	
j) Demanda internacional creciente	
k) Contra Estación del producto	
l) Precios competitivos internacionalmente	X
m) Apoyo gubernamental (nacional/provincial/municipal)	X
n) Otros (especifique)	

CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES
BIBLIOTECA
Dr. Manuel Belgrano

Respecto a esta información podemos definir que el sector se percibe que cuenta con CALIDAD Y PRECIOS competitivos, algo verdaderamente importante a la hora de comercializar internacionalmente. Para ratificar esta afirmación debería: constatarse esta percepción que tiene el sector de si mismo al momento de negociar internacionalmente sus productos.

11. ¿De qué origen son los insumos que utiliza para conformar su oferta exportable?

Origen de los insumos	Marque con X
e. De la provincia exclusivamente	X
f. De la provincia + de otras provincias	X
g. Solo importados	
h. De la provincia/s + importados	X

Aquí podemos apreciar una concentración de la demanda de insumos hacia el mercado interno, siendo esto beneficioso para los proveedores nacionales, pero se debería tratar de desconcentrar en cierto grado para no crear dependencia.

12. Qué organismos nacionales intervienen en su sector a los fines de habilitar y controlar los productos exportables?

- SENASA

13. Los productores / empresarios de su sector en Corrientes, están en condiciones de cumplir los requisitos exigidos por dichos organismos?

SI	X
NO	

14. En caso de respuesta negativa, por favor mencione las principales dificultades al respecto.

No corresponde.

15. A la hora de planificar una exportación, ¿cuáles son los principales obstáculos a los cuales se enfrenta?

En origen

- Habilitaciones de SENASA. Prefinanciación de exportaciones. Poder completar obras civiles, cámaras de frío, sistemas informáticos.
- Falta de asociativismo para lograr escala y calidad de gestión en los planes de exportación

En destino

- Difícil control del producto al arribo, complica asegurarse el cobro total de la operación.
- Nivel de Exigencias fitosanitarias

16. ¿Qué tipo de asesoramiento/ asistencia técnica necesitaría para facilitar su proceso exportador?

- Relaciones en comercio exterior. Tratamiento en ADUANA
- Coordinación y estimulación de procesos asociativos para la elaboración de planes de exportación

17. Que no debería faltar en materia de información en una Guía Práctica de Exportación para su sector?

- Nómina de importadores de citrus por países

18. Otras observaciones / demandas / comentarios

- Necesitan apoyo financiero para inversiones en infraestructura y tecnología.

Análisis del sector Frutihortícola:

Dentro de este sector podemos ver que el mismo no se define como un sector obstaculizado para comercializar internacionalmente, ya que se provee de los insumos necesarios en gran medida de producción local y/o nacional, siendo muy poco lo que importa como insumo para la producción.

Detecta cuestiones generales a la realidad de todos los sectores productivos, como ser falta de acceso al crédito para invertir en infraestructura y/o tecnología y, la necesidad de capacitación en asociación, cooperativismo, etc. a las pymes para lograr unificar criterios de producción y lograr volúmenes exportables.

SECTOR APÍCOLA

1. Qué información de Mercado ayudaría a que su sector sea más competitivo? (nombre al menos 3 que considere más importantes a su criterio)

Para lograr mayor competitividad del sector, podemos definir los siguientes temas, como las necesidades principales de información que deberían incluirse en las guías,:

Producción: demanda de material vivo.	Productos terapéuticos elaborados con propóleos	Mieles diferenciadas
Precio a granel, en Europa y USA/ propóleos	Precio a granel y fraccionado en Venezuela	Precio miel mono y poli floral en Europa y USA

2. Mencione el/los producto/s que, dentro de su cadena de valor, cree usted tiene/n un mayor perfil exportador en la Provincia?

Producto 1: Mieles diferenciadas

Producto 2: Material vivo certificado

Producto 3: Propóleos caracterizados

¿Por qué?

Razones	**Marque con X**
o) Calidad	X
p) Continuidad en abastecimiento	
q) Demanda internacional creciente	X
r) Contra Estación del producto	
s) Precios competitivos internacionalmente	X
t) Apoyo gubernamental (nacional/provincial/municipal)	
u) Otros (especifique)	

Este sector puede definirse como uno de les sectores potenciales a desarrollar para el comercio exterior, debido a que en el mismo se resaltan particulares relevantes que facilitan la internacionalización de la oferta exportable como ser: CALIDAD, COMPETITIVIDAD y la tendencia de una demanda internacional creciente.

19. ¿De qué origen son los insumos que utiliza para conformar su oferta exportable?

Origen de los insumos	Marque con X
i. De la provincia exclusivamente	
j. De la provincia + de otras provincias	X
k. Solo importados	
l. De la provincia/s + importados	

Sobre el sector Apícola, podemos decir se provee de una oferta nacional de insumos para la producción de los diferentes productos. Esto puede traducirse en una ventaja competitiva a la hora de formular el costo de los productos, debido que hoy no se realiza importación de insumos para la elaboración de los mismos.

20. Qué organismos nacionales intervienen en su sector a los fines de habilitar y controlar los productos exportables?

- SENASA.
- SAGPYA.
- INAL.
- ANMAT

21. Los productores / empresarios de su sector en Corrientes, están en condiciones de cumplir los requisitos exigidos por dichos organismos?

SI	
NO	X

22. En caso de respuesta negativa, por favor mencione las principales dificultades al respecto.

- No existe aun un control de calidad de la producción.
- No hay implementado un sistema de trazabilidad.
- Faltan RR.HH. para capacitación en protocolos de producción y diversificación.
- Dificultades en los trámites de certificación.
- Falta fluidez de la información entre los actores de la cadena de comercialización

23. A la hora de planificar una exportación, ¿cuáles son los principales obstáculos a los cuales se enfrenta?

En origen

- Falta de volumen, y políticas poco claras del sector gubernamental (SENASA, SAGPyA, etc)

En destino

- Trazabilidad y bajos precios por falta de diferenciación
- Barraras para-arancelarias

24. ¿Qué tipo de asesoramiento/ asistencia técnica necesitaría para facilitar su proceso exportador?

- Aplicación de protocolos y trazabilidad en apiarios y salas de extracción.
- Asociativismo.
- Recolección y elaboración de productos de propóleos.
- Base de datos de producción de material vivo.
- Base de datos de fabricantes y proveedores de insumos.
- Asesoramiento en tramites/ exigencias/requisitos aduaneros y políticas de exportación

25. Que no debería faltar en materia de información en una Guía Práctica de Exportación para su sector?

- Asociativismo.
- Protocolos de producción y trazabilidad. Diversificación
- Precio/mercado/preferencia de importadores.

26. Otras observaciones / demandas / comentarios

La calidad es la existente y el potencial de diferenciación por origen floral o geográfico. Hay demandas de gestión organizacional. Falta difusión de la información de calidad y proveedores de insumos
Lograr certificar denominación de origen mediante el establecimiento de políticas gubernamentales. Controlar la circulación de colmenas.

Análisis del sector Apícola:
Este sector puede definirse como uno de les sectores potenciales a desarrollar para el comercio exterior, debido a que en el mismo se resaltan particulares relevantes que facilitan la internacionalización de la oferta exportable como ser: CALIDAD, COMPETITIVIDAD y la tendencia de una demanda internacional creciente.
Este sector, podemos decir se provee de una oferta nacional de insumos para la producción de los diferentes productos. Esto puede traducirse en una ventaja competitiva a la hora de formular el costo de los productos, debido que hoy no se realiza importación de insumos para la elaboración de los mismos.
Como debilidades se detectan la falta de volumen que tienen individualmente las pymes, siendo una prioridad a incluir en las guías: información sobre capacitación en aplicación de protocolos y trazabilidad en apiarios y salas de extracción para unificar el criterio productivo, brindando asistencia en asociativismo y/o cooperativismo para lograr volúmenes exportables. Además hay demandas de gestión organizacional por parte de las diferentes instituciones (cámaras, cooperativas, etc.), resaltan que falta difusión de información sobre calidad y proveedores de insumos.
Lo óptimo seria lograr certificar denominación de origen mediante el establecimiento de políticas gubernamentales, ejerciendo un control estricto en la circulación de colmenas.

ESTUDIOS ESPECÍFICOS

Actividades

2. Elaboración de dos estudios para el asesoramiento técnico a inversores y/o potenciales exportadores:

- Invertir en Corrientes
- Exportar desde Corrientes

A. Parte general

B. Estudios específicos

- Guía para el exportador hortícola
- Guía para el exportador forestal
- Guía para el exportador de genética ganadera
- Guía para el exportador apícola
- Guía para el exportador citrícola
- Guía para el exportador arrocero

Metodología

2.1. Organizar la información que involucra materias propias de la Dirección de Comercio Exterior.

2.2. Solicitar información a los distintos organismos públicos y privados sobre los temas que exceden a la producción de dicha Dirección.

2.3. Generar información a medida.

2.4. Analizar, organizar y procesar la información a fin de redactar los estudios específicos de manera accesible y práctica para el lector.

2.5. Traducir al inglés y portugués la guía Invertir en Corrientes.

Producto

Dos estudios para asesoramiento técnico:

1. Cómo invertir en Corrientes (en 3 idiomas: español, inglés y portugués);

2. Pasos básicos para exportar desde Corrientes

A) Parte General.

B) Estudios Específicos:

- Guía para el exportador hortícola
- Guía para el exportador forestal
- Guía para el exportador de genética ganadera

- Guía para el exportador apícola
- Guía para el exportador citrícola
- Guía para el exportador arrocero

2.1. Organizar la información que involucra materias propias de la Dirección de Comercio Exterior.

2.2. Solicitar información a los distintos organismos públicos y privados sobre los temas que exceden a la producción de dicha Dirección.

Para el cumplimiento de las tareas 2.1. y 2.2. se mantuvieron reuniones con referentes, se efectuaron gestiones, solicitudes y recopilaciones por distintas vías: fuentes primarias y secundarias de información, a saber:

Sitios web consultados:

- INAL –Instituto Nacional de Alimentos. www.inal.gov.ar
- SAGPYA. Secretaría de Agricultura, Ganadería, Pesca y Alimentación www.sagpya.gov.ar
- Secretaría de Industria, Comercio y PyME. www.comercio.gov.ar
- AFIP. Administración Federal de Ingresos Públicos www.afip.gov.ar
    - Dirección General Impositiva (DGI)
    - Dirección General de Aduanas (DGA)
- ADI. Agencia de Desarrollo de Inversiones del Ministerio de Economía de la Nación. www.inversiones.gov.ar
- Infoleg www.infoleg.gov.ar
- Proargentina www.proargetnina.gov.ar
- Fundación Exportar www.exportar.org.ar
- Argentina Tradenet www.argentinatradenet.gov.ar
- CERA. Cámara de Exportadores de la República Argentina. www.cera.org.ar
- AIERA. Asociación de Importadores y Exportadores de la República Argentina. www.aiera.org
- PC- RAM www.pcram.net
- NOSIS-EXIWEB www.nosis.com.ar

- Subsecretaría de la Gestión Pública. Secretaría de Medios de Comunicación www.argentina.gov.ar

Bibliografía

- Código Aduanero
- Perspectivas y Estrategias de Desarrollo Productivo. Corrientes. Elaborado por el Consejo de la Producción del Ministerio de Economía y Producción.
- CFI - Red De Servicios de Apoyo al Comercio Exterior. Autor: Dr. Aldo Fratalocchi (CPN), Octubre de 2006
- Panorama Económico Provincial. Corrientes Argentina 2006. Subsecretaría de Programación Económica de la Secretaría de Política Económica del Ministerio de Economía.

Reuniones mantenidas con:

- Ministerio de Producción, Trabajo y Turismo. Sr. Ministro Cr. Alfredo Aún.
    - Secretaría de Producción. Sr. Miguel Angel Bazzi
    - Subsecretaría de Producción. Ing. Mario Voss
    - Dirección de Comercio Exterior y Facilitación Fronteriza. Dr. Juan Carlos Silberstein, Lic. Andrés Azcué, Lic. Susana Benítez, Lic. Mauricio Colombo, Lic. Roxana Filcman, Lic. Laura Haberle.
    - Dirección de Recursos Forestales. Ing. Luis Mestres
    - Dirección de Sanidad Vegetal. Ing. Susana Stein
    - Dirección de Sanidad Animal. Tec. Natalia Vivieres
    - Dirección de Unidad de Programación. Servicio de Información Agroeconómica (SIA). Ing. Luis Almirón.
- Dirección de Relaciones Internacionales. Dra. Gabriela Basualdo
- SENASA. Servicio Nacional de Sanidad Agroalimentaria. Delegación Corrientes. Ing. Pellerano y Vet. Barrientos
- Coordinación Nacional de Puertos y Aeropuertos. Ing. Carlos Selas.
- AFIP. Dirección General de Aduanas Corrientes. Cra. Alicia Bassini
- Terminal Portuaria Corrientes. Lic. Juan Manuel Rosas y Lic. Constanza Prause.
- Despachante de aduanas. Guillermo Billordo

2.3. Generar información a medida para el armado de las guías

A continuación se presenta un avance que recopila preliminarmente la información obtenida a partir de las actividades 2.1 y 2.2.

En la etapa siguiente, al momento de presentar el Segundo Informe Parcial, se realizarán las siguientes tareas:

- Selección/depuración minuciosa de los contenidos para la traducción y publicación de las Guías de Inversión y Comercialización.
- Inclusión de los aspectos más significativos para cada sector.
- Actualización y priorización de datos.
- Lectura minuciosa y análisis de los resultados de las encuestas con empresas individuales y de las entrevistas con cooperativas, cámaras, asociaciones y referentes de distintos ámbitos.
- Utilización de una terminología accesible para lectores no especializados.

Como resultado de las reuniones mantenidas con funcionarios y referentes de los distintos sectores, podemos realizar una síntesis de los *principales obstáculos/necesidades* para el desarrollo de los sectores y/o cadenas de interés, los cuales requieren en algunos casos de cambios estructurales y, en otros, podrían reducirse con una mejor calidad en la información y en los servicios de asistencia técnica al sector privado.

Sector/cadena productiva	Obstáculos						
	Calificación empleo	Infraestructura	Sanidad y calidad	Mercados: internos y externos	Impositivos	Financieros	Otros
Arrocero	X	X	X	X	X	X	
Citrícola			X	X	X	X	X
Hortícola		X	X	X	X	X	X
Ganadero			X	X	X	X	X
Foresto-industrial	X	X	X	X	X	X	
Agroalimentario		X	X	X	X	X	

Breve descripción de los obstáculos mencionados en el cuadro anterior.

Sector Arrocero:

* Existencia de empresas monoproductoras que presentan una escasa diversificación.

* Altos costos de los factores de producción y en especial componentes tales como intereses, arrendamiento, precios de la energía e impuestos en condiciones de precios deprimidos.

* Baja calidad y alto costo del secado, capacidad ociosa y obsolescencia de muchos de los molinos instalados.

* El transporte se realiza a granel y por camión. Se debería tratar de reactivar el transporte de carga por ferrocarril y fluvial a fin de abaratar costos.

* El destino principal de la exportación arrocera correntina es el mercado de Brasil, situación que determina un marcado nivel de dependencia.

* Se mantienen los subsidios en apoyo de la producción arrocera en países competidores.

* Algunas políticas macroeconómicas, proteccionismo, etc., constituyen aspectos que influyen sobre la mayor competitividad de la producción brasileña respecto a la producción argentina.

* El déficit de mano de obra calificada (en las arroceras más tradicionales), es otro de los factores que dificultan la optimización de los sistemas.

* Políti

ca fiscal que condiciona fuertemente las posibilidades del sector, ejerciendo una fuerte presión impositiva con clara incidencia en la estructura de los costos.

Sector Citrícola:

• Saturación del mercado interno con productos de cosecha tardía y necesidad de realizar reconversión productiva de la citricultura en base al cambio de la estructura varietal.

• Presencia de plagas y enfermedades cuarentenarias, como Cancrosis, Black Spot y mosca de las frutas, que limitan el ingreso a mercados restrictivos desde el punto de vista sanitario.

• Escasa difusión de variedades adaptadas a los requerimientos del mercado de fruta para la industria.

• Competencia desleal de las industrias elaboradoras de jugos que no cumplen con el porcentaje mínimo del 10% de concentrados cítricos.
• Deficiencia en la infraestructura física: red vial y energética, comunicaciones, transporte, cadena de frío, etc., que no se ajusta a las necesidades de la producción, elaboración y comercialización de productos cítricos.
• Escasez de mano de obra especializada para realizar tareas vinculadas al manejo, cosecha y procesamiento de la fruta en los packing.
• Apoyo técnico y financiero insuficiente para la promoción comercial de productos, subproductos y derivados cítricos que presentan ventajas competitivas para acceder al mercado interno y externo.
• Escasa disponibilidad de servicios prestados por terceros, tanto en la producción primaria como en el procesamiento de la fruta para la comercialización.
• Deficiente organización de los productores para acceder a mercados de primera venta con volúmenes y calidades que mejoren sus posibilidades de inserción competitiva.

Sector Hortícola:

La Provincia de Corrientes, por su estratégica ubicación geográfica y por las condiciones climáticas y edáficas, posibilita la producción de hortalizas de primicia para cobertura plástica en un período que abarca desde abril a diciembre.
Los cultivos protegidos en nuestra Provincia se caracterizan por generar un gran aporte en los ingresos brutos, promoviendo además una fuente productora de servicios complementarios que se inician y se incentivan con el desarrollo del sector.
El sector hortícola en la Provincia presenta dos sistemas productores bien definidos:
• Los cultivos protegidos con el predominio de dos especies principales tomates y pimientos.
• Los cultivos al aire libre: de acuerdo a la importancia económica se destacan las siguientes especies: sandia, zapallito de tronco, frutilla y zapallo.

Principales obstáculos:

• La Horticultura, se caracteriza por ofrecer una oferta dispersa entre gran cantidad de pequeños a medianos productores, con una baja capacidad de organización, con

serios problemas de gestión de las explotaciones, profundo individualismo y con escasas condiciones financieras para producir y vender.

• La sobreoferta de productos hortícolas nacionales y del exterior y/o disminución del consumo, repercute directamente en la rentabilidad del sector, este equilibrio entre oferta y consumo es muy sensible en el sector, dado las características perecederas de los productos, los que son afectados por las condiciones climáticas en los cultivos ya sean a campo o en invernaderos.

• Existe una dependencia muy fuerte de los productores con los operadores comerciales.

• En las diferentes formas operativas de comercialización, continúa prevaleciendo la consignación de los productos, con el envío a destino de lo producido donde el precio obtenido lo define la oferta del día.

• La compra en la propia explotación de los productores, (venta en raso), en particular el estrato más pequeño, por parte de los operadores comerciales radicados ocasionalmente en el lugar, genera un precio muy bajo que recibe el productor y que por lo general están muy distantes de los valores reales esperados.

• Ambas modalidades descriptas conduce a la informalidad de las operaciones comerciales con serios riesgos de incumplimiento en el cobro de los productos vendidos.

• En los últimos años, el comportamiento del tomate y pimiento proveniente de Brasil, compite en forma desleal con nuestras producciones, en función a las asimetrías comerciales y las ventajas comparativas desde el punto de vista impositivo del vecino país, poniendo en peligro nuestra economía regional.

Sector Ganadero:

• Escasa adopción de tecnologías productivas disponibles.

• Deficiente preparación para la gestión empresarial de los negocios.

• Insuficiente aprovechamiento de la carne ovina.

• Reembolsos especiales por las exportaciones de lana desde la Patagonia.

• Escasa adopción de tecnologías para la gestión empresarial de negocios en la producción industrial.

• Falta de controles reales y efectivos al ingreso de productos cárnicos desde otras provincias.

• Desarticulación estructural entre el sector primario y las industrias vinculadas al procesamiento de la producción ganadera.
• Inexistencia de plantas habilitadas para el tráfico federal de carne ovina.
• Existencia de faena clandestina e ilegal en el abasto de productos cárnicos.
• En la Zona de Lucha Activa, la situación se agrava, ampliándose día a día la cantidad de establecimientos que presentan la parasitación, como así también aumentan los casos de aparición de tristeza.
• En la Zona infectada dificultades para el despacho de tropas.

Sector Foresto-Industrial:

Según la AFOA (Asociación Forestal Argentina), los productos forestales conforman un commodity libremente transable, tendencia que se acentuará en el futuro porque los países desarrollados están decididos a lograr el autoabastecimiento de alimentos a cualquier costo, mientras que en forma paralela restringen la tala de árboles por motivos ambientales. A largo plazo la Argentina debería replantearse su rol en el mundo como abastecedor de productos forestales en gran escala.
Ante esta perspectiva resulta oportuno transcribir textualmente parte del texto del Informe Técnico final del Censo Foresto-Industrial 2005 de la Provincia de Corrientes, donde se abordan las perspectivas del sector foresto-industrial de nuestra provincia.
"La mayoría de los analistas vinculados con el sector foresto-industrial a nivel nacional expresa que la Provincia de Corrientes cuenta con un enorme potencial para su crecimiento y desarrollo, en un proceso de apertura a la búsqueda de nuevos mercados que permita potenciar sus fuentes de generación de competitividad y la sustentabilidad del mismo a largo plazo.
Es esta situación la que, tras la salida de la convertibilidad, se convertirá en la verdadera fuente de estabilidad y crecimiento del sector a futuro.
A nivel provincial, la extracción y procesamiento de la madera ha sido en los últimos años una actividad muy dinámica, llegando a representar una participación importante en el total nacional. La Provincia de Corrientes participa con el 17% del total de productos forestales extraídos de bosques implantados del país, solamente superada por las provincias de Buenos Aires y Misiones. Y su participación es aún

mayor en la superficie de bosques implantados de la Argentina, en la que le corresponde el 23,2%.

Esta situación, que habla de la enorme productividad en la generación del insumo madera, es la que permitirá expandir las fronteras de desarrollo y crecimiento del complejo foresto-industrial de Corrientes, pues al gran dinamismo que han tenido las nuevas forestaciones en los últimos años, se está comenzando incipientemente a insinuar un vigoroso proceso de inversiones para el aprovechamiento del bosque, el transporte y la manufactura de la madera. Todo esto sumado al impacto multiplicador sobre el empleo donde, por cada puesto de trabajo que genera el sector, indirectamente se generan 1.4 puestos en el resto de la economía.

El sector foresto-industrial provincial cuenta con enormes oportunidades para su transformación, consolidación y superación. Por un lado, las perspectivas mundiales son muy alentadoras a la hora de emprender proyectos que, como antes mencionamos, requieren de períodos de maduración elevados. Se observa así a nivel internacional un continuo crecimiento en el consumo de productos y manufacturas de origen forestal y se registran, en los países desarrollados, crecientes presiones en procura de conservar sus bosques nativos que implican, en muchos casos, límites muy cercanos para la expansión de bosques implantados en dichas geografías, tanto por la falta de espacio como en la ralentización en el ritmo de crecimiento de las respectivas especies arbóreas.

Existen, sin embargo, algunas situaciones a nivel local que preocupan. Por un lado, la hasta ahora baja tasa de inversión que limita la capacidad de producción industrial a futuro y obliga a la dependencia externa en cuanto a las respectivas fuentes de aprovisionamiento. A esto se suma, si bien la situación a comenzado a revertirse, la pérdida de mercados externos por no contarse con las respectivas certificaciones que avalen el correcto manejo de los bosques nativos. Si bien en estos dos casos existen indicios de cambio, los mismos aún no son lo suficientemente sólidos como para permitir hablar de un cambio de tendencia. También es de destacar tanto la relativa "primarización" de la producción a nivel local, con concentraciones productivas que generan mayor valor agregado en Brasil y, menor medida, Uruguay.

Por último, se observan también, barreras para-arancelarias vinculadas con el inadecuado manejo de los bosques implantados.

A nivel microeconómico, también existen algunos aspectos que deben ser tenidos en cuenta para acelerar el proceso sugerido. Entre estos factores se observan una inadecuada infraestructura como puertos no operables, vías navegables en malas condiciones, servicios eléctricos caros y con límites tanto en disponibilidad como en acceso, escasez de gas natural y GNC, y falta de caminos en buenas condiciones para el acceso a los diversos establecimientos. También, un bajo acceso a la tecnología y a la educación técnica especializada. Y, por último, una baja disponibilidad de fuentes de financiamiento para la transformación de las industrias foresto-industriales, con el objeto de agregar mayor valor a la producción.

¿Cuáles son los desafíos para el sector a mediano y/o largo plazo? Pues bien, el sector foresto-industrial requiere, para iniciar el sendero hacia una mayor integración de su cadena de valor como potenciación desde el punto de vista de la generación de mayor valor agregado, la consideración de las siguientes medidas y/o acciones:

a) Fomentar la coordinación entre los diferentes actores participantes del sector, a los fines de incrementar el desarrollo de las fuentes de generación de competitividad intra-sectorial. También, fomentar el acceso a las tecnologías de secado y fabricación masiva e incorporar diseño, en conjunto con centros tecnológicos y educativos. Estos aspectos permitirían estimular la industrialización completa del recurso forestal, mejorando al mismo tiempo la capacitación forestal y técnica, fomentar los consorcios exportadores y mejorar la genética de la madera.

b) Impulsar la generación de nuevos instrumentos financieros como fideicomisos y fondos de inversión, a través de la adecuación de la normativa existente a las particularidades propias de la actividad y ciclo foresto-industrial. Esto permitiría la incorporación de nueva tecnología que generaría ganancias netas en términos de producción de mayor valor agregado.

c) Alentar y promocionar una mayor incorporación de madera en los planes provinciales y nacionales de vivienda.

d) Corrientes cuenta con una superficie aproximada de 2.000.000 de has. potencialmente útiles para realizar plantaciones de pino y eucalipto, ambas especies

con muy buenos crecimientos. El aumento de la tasa actual anual de plantaciones mejoraría en el mediano plazo la oferta de materia prima, lo que podría traería aparejado la instalación de nuevas industrias.

Las medidas antes citadas requieren también de un acompañamiento del Estado con políticas efectivas. En este contexto, las líneas de políticas públicas requeridas para consolidar la expansión del sector y lograr el potencial de inversiones se deberían enmarcar en dos ejes principales: primero, asegurar la estabilidad y seguridad jurídica, que considere las particularidades del sector. Desde esta óptica se debería tener en cuenta:

a) regularizar la implementación efectiva de la Ley 25.080; y

b) generar un nuevo marco legal, con orientación directa al sector foresto-industrial, se debería complementar con la Ley 25.080 a los fines de reducir las trabas existentes a las inversiones en el sector teniendo en cuenta las particularidades de la misma y tomar aquellas medidas que mejoren la competitividad. Ambos aspectos se convierten en pilares insoslayables para la genuina transformación del sector.

En segundo lugar, considerar que el sector se desarrolla en forma de "cluster", y como tal, la competitividad dependerá de la existencia y situación de todos los integrantes del sector -forestación, industria de la celulosa y el papel, industria de la madera y el mueble, y sus servicios conexos- investigación, capacitación, infraestructura, financiación, red Pymes, etcétera.

A nivel provincial, la Ley N° 5.470 estableció un nuevo Régimen de Promoción de Inversiones orientado no sólo a las nuevas inversiones productivas sino también a la ampliación de emprendimientos privados. Desde esta óptica, el sector foresto industrial es el que más se encuentra en condiciones para aprovechar este esquema de incentivos ya que los beneficios comprendidos dentro de dicho esquema son los siguientes:

• Las inversiones realizadas en el marco general del régimen estarán exentos de incrementos de la carga tributaria total provincial por el término de 10 años contados a partir de la aprobación del proyecto.

• Entre los impuestos eximidos de su pago se encuentran el impuesto a los sellos, sobre actos y tramitaciones de escrituración e ingresos brutos. Esto es básico para el sector ya que cualquier proyecto requiere de un período de maduración elevado tanto para alcanzar niveles elevados de calidad en la producción como de penetración y consolidación, particularmente, en mercados a nivel internacional.
• Al mismo tiempo, se contemplan tarifas eléctricas para el fomento, provisión de infraestructura básica de soporte al sector.
• En vinculación directa al sector, la Ley N° 5.550 exime del pago del impuesto inmobiliario sobre la superficie efectivamente ocupada por el bosque implantado y la aledaña afectada al proyecto y, lo más importante, exime del pago del Impuesto sobre los Ingresos Brutos a los ingresos derivados de la actividad ejercida a título oneroso en la Provincia de Corrientes - lucrativa o no- con relación a las etapas productivas, industriales y/o de comercialización.
• También importante es que el gobierno provincial puede ceder en fideicomiso el derecho real de superficie forestal de las tierras fiscales aptas para forestación, y que no tuvieren otro destino establecido por ley.

En resumen, Argentina y Corrientes en particular, tienen las ventajas comparativas para lograr convertirse en un polo foresto-industrial de excelencia. Esto permitiría atraer inversiones, generar empleos y expandir las exportaciones en forma importante. En esta dirección viene trabajando el Gobierno provincial, consciente de que sólo la intervención y el apoyo del Estado permitirá potenciar el espíritu emprendedor, en un contexto donde la globalización, el peso de los recursos empresariales y la toma de decisiones no alcanzan para sostener a futuro del desarrollo del sector".

2.4. Analizar, organizar y procesar la información a fin de redactar los estudios específicos de manera accesible y práctica para el lector.

2.5. Traducir al inglés y portugués la guía Invertir en Corrientes.

Estos puntos se ven concluidos en ANEXO GUÍAS en los formatos presentados para sus reproducciones (impresiones y grabado de Cds).

ELABORACIÓN Y DIFUSIÓN

Actividades

3. Elaborar y difundir las Guías de Inversión y Comercialización

Metodología

3.1. Compaginar las Guías "Cómo invertir en Corrientes" (en 3 idiomas: español, inglés y portugués) y "Pasos básicos para exportar desde Corrientes - A) Parte General. B) Estudios Específicos".

3.2. Diseñarlas y editarlas en soporte de papel (impresiones), digital (CD) y on-line (página web).

3.3. Elaborar una nómina de destinatarios clave para la difusión de dichas Publicaciones.

Producto

Publicaciones de las Guías en soporte de papel (impresiones), digital (CD) y on-line (página web). Listado de destinatarios clave para su difusión.

3.1. Compaginar las Guías "Cómo invertir en Corrientes" (en 3 idiomas: español, inglés y portugués) y "Pasos básicos para exportar desde Corrientes - A) Parte General. B) Estudios Específicos".

3.2. Diseñarlas y editarlas en soporte de papel (impresiones), digital (CD) y on-line (página web).

Estos puntos se ven concluidos en ANEXO GUÍAS en los formatos presentados para sus reproducciones (impresiones y grabado de Cds).

3.3. Elaborar una nómina de destinatarios clave para la difusión de dichas Publicaciones

Para este punto, se consideró que existen dos grupos de destinatarios diferentes:

- La guía de Invertir en Corrientes, que se concibe en principio para ser distribuida/difundida en los viajes al exterior, en ferias internacionales, misiones oficiales del gobierno, rondas de negocios internacionales. Apunta a buscar potenciales inversores, por eso está disponible en 3 idiomas.
- La guía Exportar desde Corrientes -Parte general y estudios sectoriales- es esencialmente para la asistencia a productores/empresarios/exportadores correntinos, cooperativas, cámaras y asociaciones de la provincia.

A tal efecto, se elaboraron dos nóminas de destinatarios clave que se detallan a continuación, para la posterior difusión de las Publicaciones por parte de la Dirección de Comercio Exterior y Facilitación Fronteriza (Corrientes Exporta).

CONTACTOS PARA DIFUNDIR LA GUÍA INVERTIR EN CORRIENTES

✓ **WAIPA: World Association of Investment Promotion Agencies**

Maison Internationale de l'Environnement 2 (MIE2)
9, chemin de Balexert
1219 Châtelaine - Geneva
Switzerland
Fax: +41 22 796 61 55
email: info@waipa.org

✓ **Outward Investment Agencies (OIAs)**

Contamos con los hipervínculos de acceso de los siguientes "centros de comercio" para oportunamente enviarles por correo electrónico la dirección web donde estará disponible la guía www.corrientesexporta.gov.ar e invitarlos a conocer y difundir información y oportunidades que ofrece **Invertir en Corrientes**

AUSTRALIA

Australian Agency for International Development (AusAID)
Australian Trade Commission (AUSTRADE)
Environment Australia
Export Finance and Insurance Corporation (EFIC)

AUSTRIA

Bürgesförderungsbank Gesellschaft
Erp-Fonds (European Recovery Programme Fund)
Finance Guarantee Company

BELGIUM

Belgian Corporation for International Investment (BMI-SBI)

BRUNEI

Ministry of Industry and Primary Resources

CANADA

Africa Direct - Canadian International Development Agency (CIDA)

Industrial Cooperation Programme - Canadian International Development Agency (CIDA)

Export Development Corporation

CYPRUS

Foreign Investors Service Centre

CZECH REPUBLIC

Export Guarantee and Insurance Corporation (EGAP)

DENMARK

Danish International Development Agency (DANIDA)

Danish Co-operation for Environment and Development (DANCED)

The Industrialization Fund for Developing Countries (IFU) and the Investment Fund for Emerging marketS (IFV)

FINLAND

FINNFUND

FINN VERA PLC

FRANCE

French Global Environment Facility (GEF)

Investment and Promotion Company for Economic Cooperation (PROPARCO)

GERMANY

Bundestelle für Aussenhandelsinformation

The German Investment and Development Company (DEG)

KFW-The German Development Bank

ICELAND

Overseas Business Services (OBS)

INDIA

Indian Investment Centre (ICC)

ITALY

Instituto per la Promozione Industriale (IPI)

Mondimpresa

Prometeo SRL

Instituto per i Servizi Assicurativi del Commercio Estero (SACE)

Società Italiana per le Imprese Miste all'Estero Spa (SIMEST)

JAPAN

Japan International Development Organization Ltd. (JAIDO)

Japan Bank for International Cooperation (JBIC)

Japan External Trade Organization (JETRO)

Export-Import Bank of Japan (JEXIM)

Japan International Cooperation Agency (JICA)

Japan Institute for Overseas Investment (JOI)

KINGDOM OF SAUDI ARABIA

Saudi Fund for Development (SFD)

KOREA

The Export-Import Bank of Korea

KUWAIT

Kuwait Fund for Arab Economic Development

MALAYSIA

Malaysia External Trade Development Corporation (MATRADE)

MEXICO

Banco Nacional de Comercio Exterior (BANCOMEXT)

NETHERLANDS

The Netherlands Foreign Trade Agency (EVD)

Dutch Credit Insurance Company (NCM NV)

Netherlands Development Finance Company (FMO)

Senter

NEW ZEALAND

Ministry of Foreign Affairs and Trade (Development Cooperation Division)

South Pacific Trade Commission (SPTC)

NORWAY

Norwegian Agency for Development Cooperation (NORAD)

Norwegian Investment Fund for Developing Countries (NORFUND)

PORTUGAL

Investimentos, Comercio e Turismo de Portugal (ICEP)

QATAR

Economic and Commercial Promotion Department, Ministry of Economy and Commerce

SINGAPORE

Economic Development Board of Singapore (EDB)

SOUTH AFRICA

Development Bank of Southern Africa (DBSA)

SPAIN

Compañia Española de Financiación del Desarrollo (COFIDES)

Instituto Español de Comercio Exterior (ICEX)

SWEDEN

Swedfund International AB

SWITZERLAND

Swiss Agency for Development and Cooperation (SDC)

State Secretariat for Economic Affairs (SECO)

Swiss Organization for Facilitating Investments (SOFI)

THAILAND

Export-Import Bank of Thailand (EXIM BANK)

UNITED KINGDOM

Commonwealth Development Corporation (CDC)

Department for International Development (DFID)

Department of Trade and Industry

Export Credits Guarantee Department (ECGD)

Trade Partners UK

UNITED STATES

Overseas Private Investment Corporation (OPIC)

Environmental Exports Programme - Export-Import Bank of the United States (EX-IM)

Trade and Development Agency (TDA)

United States Agency for International Development (USAID)

REGIONAL DEVELOPMENT BANKS

- African Development Bank (AfDB)
- African Export-Import Bank (Afreximbank)
- Andean Development Corporation (CAF)
- Arab Bank for Economic Development in Africa (BADEA)
- Arab Fund for Economic and Social Development (AFESD)
- Asia-Africa Investment and Technology Promotion Centre (AAITPC)
- Asia-Europe Investment Promotion Action Plan (IPAP)

- Asian Development Bank (AsDB)
- Asia-Pacific Economic Co-operation (APEC)
- Black Sea Trade and Development Bank (BSTDB)
- Caribbean Development Bank (CDB)
- Central American Bank for Economic Integration (CABEI)
- Eastern and Southern Africa Trade and Development Bank (PTA)
- European Bank for Reconstruction and Development (EBRD)
- European Development Finance Institutions (EDFI)
- European Investment Bank (EIB)
- European Investment Fund (EIF)
- Inter-American Development Bank (IADB)
- Inter-Arab Investment Guarantee Corporation (IAIGC)
- Islamic Corporation for the Insurance of Investment and Export Credit (ICIEC)
- Islamic Development Bank (IDB)
- Nordic Development Fund (NDF)
- Nordic Investment Bank (NIB)
- OPEC Fund for International Development

✓ **IMA: Investment Management Association**
ima@investmentuk.org

Contamos con los hipervínculos de acceso de los siguientes "centros de comercio" para oportunamente enviarles por correo electrónico la dirección web donde estará disponible la guía www.corrientesexporta.gov.ar e invitarlos a conocer y difundir información y oportunidades que ofrece **Invertir en Corrientes**

World Trade Center Abu Dhabi
World Trade Center Aguascalientes
World Trade Center Al Khobar
Capital Region World Trade Center Albany
World Trade Center Aleppo
World Trade Center Association Algeria
World Trade Center Almaty

World Trade Center Almeda Park (Cornella)

World Trade Center Almere

Amman World Trade Center

World Trade Center Amsterdam

World Trade Center Anchorage/Alaska

World Trade Center Ankara

The World Trade Center Association of Antwerp

World Trade Center Aqaba

Arkansas World Trade Center - Northwest Arkansas

World Trade Center Arnhem - Nijmegen

World Trade Center Astana

World Trade Center Athens

World Trade Center Atlanta

World Trade Center Baghdad

World Trade Center Bahrain

World Trade Center Baltimore

World Trade Center Bangalore

World Trade Center Barcelona

World Trade Center Basel

World Trade Center Basra

World Trade Center Beijing

China World Trade Center (Beijing) Ltd.

World Trade Center Beirut

World Trade Centre Belfast

World Trade Center Belgrade

World Trade Center Benghazi

World Trade Center Berlin

World Trade Center Bogota

World Trade Center Boston

World Trade Center Brasilia

World Trade Center Bratislava

World Trade Center Bremen

World Trade Center Brescia - East Lombardy

World Trade Center Brisbane

World Trade Center Association Brussels A.S.B.L.

World Trade Center Bucharest

World Trade Center Budapest

World Trade Center Buffalo Niagara

World Trade Center Busan

World Trade Center Co., Cairo

World Trade Center Wales, Cardiff

World Trade Center Casablanca

World Trade Center Changzhou

South Carolina World Trade Center - Charleston

World Trade Center Chelyabinsk

World Trade Center CheongJu

World Trade Center Cheongna

World Trade Center Chicago

World Trade Centre Chittagong

World Trade Center Club Chongqing (Af)

World Trade Center ChunCheon

World Trade Center Cleveland

World Trade Center Colombo

World Trade Center Copenhagen

World Trade Center Cordoba

World Trade Center Curacao

World Trade Center Cyprus

GyeongSangBuk-Do World Trade Center, Daegu

Mid-Korea World Trade Center, DaeJeon

The Alliance World Trade Center (Greater Dallas/Fort Worth)

World Trade Center Damascus

World Trade Center Dead Sea

World Trade Center - Delhi & Gurgaon

World Trade Center Denver

World Trade Center Detroit/Windsor

World Trade Center Doha, Qatar

World Trade Center Dresden

Dubai World Trade Centre

World Trade Center Dublin

World Trade Center Dulles Airport

World Trade Center Dusseldorf

Edinburgh World Trade Centre

World Trade Centre Edmonton

World Trade Center Eindhoven

World Trade Center Ekaterinburg

World Trade Center El Paso / Juarez

World Trade Center Ft. Lauderdale, Florida

World Trade Center Frankfurt

World Trade Center Frankfurt (Oder) - Slubice

World Trade Center Gdynia

World Trade Center Geneva

World Trade Center Genoa

International Club of Flanders - Ghent (Af)

World Trade Center Glasgow

World Trade Center Goa

World Trade Center Gothenburg

The Greenville-Spartanburg World Trade Center

World Trade Center Grenoble

World Trade Center Guadalajara

World Trade Center Guangzhou

World Trade Center Guarulhos

World Trade Center Gwangju

Atlantic Canada World Trade Centre - Halifax

World Trade Center Hamburg

Zhejiang World Trade Centre, Hangzhou

World Trade Center Hannover GmbH

World Trade Center Harrisburg

World Trade Center Havana

World Trade Center Heerlen Aachen

World Trade Center Helsinki

World Trade Center Helsinki - Vantaa Airport

World Trade Center Hong Kong

World Trade Centre Club Hong Kong (AF)

State of Hawaii World Trade Center, Honolulu

Houston World Trade Center

Hudson Valley World Trade Center

World Trade Center Hull and Humber

World Trade Center Hyderabad

World Trade Center Incheon

World Trade Center Islamabad

World Trade Center Istanbul

Mississippi World Trade Center, Jackson

Jacksonville World Trade Center

World Trade Center Jakarta

World Trade Center JeJu

World Trade Center Jeddah

World Trade Center Johannesburg

World Trade Center Kabul

Greater Kansas City World Trade Center

World Trade Center KaoHsiung

World Trade Center Karachi

World Trade Center Kiel GmbH

World Trade Center Kiev

World Trade Center Kingsport (Tri-Cities)

World Trade Center Koeln

Putra World Trade Centre - Kuala Lumpur

World Trade Center Kuwait

World Trade Center of Nigeria (Lagos)

World Trade Center Las Palmas

World Trade Center Las Vegas

World Trade Center Lausanne

Le Havre World Trade Center

World Trade Center Leeuwarden

World Trade Center Leipzig

Kentucky World Trade Center, Lexington

World Trade Center Lille

World Trade Center Long Beach

Los Angeles World Trade Center

World Trade Center Luanda

World Trade Center Lugano

World Trade Center Lyon

World Trade Center Macau

World Trade Center Madrid, S.A.

World Trade Center Malaga

World Trade Center Malmo

World Trade Center Malpensa Airport

World Trade Center Malta

World Trade Center Managua

World Trade Center Manaus

World Trade Center Metro Manila

World Trade Center Marseille

Kyong-Nam World Trade Center Masan

World Trade Center Rio Grande Valley at McAllen

World Trade Center Mecca

World Trade Center Medellin

World Trade Center Memphis

World Trade Center Messina

World Trade Center Metz-Saarbrucken

World Trade Center Mexico City

World Trade Center Miami

World Trade Center Italy S.R.L., Milan

World Trade Center Milton Keynes

Wisconsin World Trade Center, Milwaukee

World Trade Center Minsk

Montana World Trade Center, Missoula

World Trade Center Modena

World Trade Center Nuevo Leon-UANL

World Trade Center Montevideo C.A.

World Trade Centre Montreal

World Trade Center Morelos

World Trade Center Moscow

World Trade Centre Mumbai

World Trade Center Munich

World Trade Center Muscat

World Trade Center Nantes Atlantique

World Trade Center Naples

World Trade Center Nassau, Bahamas

World Trade Center of New Orleans

World Trade Center New York

World Trade Center Nice/Sophia Antipolis

World Trade Center Nizhny Novgorod

World Trade Center Norfolk

Northern New Jersey World Trade Center

Arkansas World Trade Center - Northwest Arkansas

World Trade Center Novosibirsk

World Trade Center Okinawa

World Trade Center Assoc. of Orange County

World Trade Center Orlando

World Trade Center Osaka

World Trade Center Building Osaka (Af)

World Trade Center Oslo

World Trade Centre Ottawa-Gatineau

World Trade Center Oxnard

World Trade Center Palm Beach

Inland Empire World Trade Center Palm Spring/Desert Cities

World Trade Center Panama

World Trade Center Paris Ile-de-France

Pearl River Delta World Trade Centre Co., Ltd.

World Trade Center Penang

World Trade Center Pescara

World Trade Center of Greater Philadelphia

World Trade Center Pittsburgh

World Trade Center Pointe-a-Pitre

World Trade Center Poitiers Futuroscope

World Trade Center Portland

World Trade Center Poznan

World Trade Center Prague

World Trade Center Rhode Island, Greater Providence

D.P.R.K World Trade Center PyongYang

World Trade Center Quanzhou

North Carolina World Trade Center, Raleigh-Durham

World Trade Center Ramallah

World Trade Center Riga

World Trade Center Rio de Janeiro

World Trade Center Riyadh

World Trade Center Rome

World Trade Center Rostock

World Trade Center Rotterdam N.V.

World Trade Center Ruhr Valley

Northern California World Trade Center, Sacramento

Saigon World Trade Center

World Trade Center San Antonio

San Diego World Trade Center

World Trade Center of San Francisco

World Trade Center of San Jose, Costa Rica, S.A.

Puerto Rico World Trade Center, San Juan

World Trade Center San Luis Potosi

World Trade Center San Marino

World Trade Center San Salvador

World Trade Center Sanaa

World Trade Center Santander

World Trade Center Santo Domingo

World Trade Center Santos

World Trade Center Sao Paulo

World Trade Center Schiphol Airport

World Trade Center Seattle

World Trade Center Sebes - Alba

World Trade Center Seoul

World Trade Center Sevilla

World Trade Center Shanghai

World Trade Center Sharjah

World Trade Centre Shenzhen

World Trade Center Singapore

Great Plains World Trade Center, Sioux Falls

INTERPRED-World Trade Center Sofia JSC

Bulgarian Chamber of Commerce and Industry

World Trade Center Southampton

World Trade Center Saint Louis

World Trade Center St. Petersburg

World Trade Center Stockholm

World Trade Center Strasbourg

World Trade Center GmbH Lizenzgesellschaft Stuttgart

World Trade Center Surabaya

Gyeonggi World Trade Center, Suwon

World Trade Center Tacoma

World Trade Center Taichung

Taipei World Trade Center Co., Ltd.

World Trade Center Tallinn

World Trade Center Tampa Bay

World Trade Center Tbilisi

World Trade Center Israel, Tel-Aviv

World Trade Center Tenerife

World Trade Center The Hague

World Trade Center Thessaloniki

World Trade Center Tokyo
World Trade Center Building Tokyo (Af)
World Trade Center Toluca
World Trade Centre Toronto
World Trade Center Trieste
World Trade Center Tripoli
World Trade Center Tunis
World Trade Center Turku
World Trade Center Twente
Bashkortostan World Trade Center, Ufa
World Trade Center Utah
World Trade Center Utrecht
World Trade Center Valencia, S.A.
World Trade Center Valencia, Venezuela
World Trade Centre Vancouver
World Trade Center Vaxjo
World Trade Center Veracruz
World Trade Center Verona
World Trade Center Vienna-Airport
World Trade Center Vigo
World Trade Center Vilnius
World Trade Center Warsaw
The Ronald Reagan Building and Intl. Trade Center
Kansas World Trade Center, Wichita
World Trade Center Delaware, Inc., Wilmington
World Trade Center Wuxi
World Trade Center Xi`an
Gwangyang Bay Area WTC, Yeosu
World Trade Center Zagreb
World Trade Center Zaragoza
World Trade Center Zurich

❖ **EMBAJADAS EXTRANJERAS EN LA ARGENTINA:**

✓ **Embajada de la República de Albania - Cancillería**

Dirección: Av. del Libertador 946 Piso 4 - 1001 Buenos Aires

Teléfono: (54 11) 4812-8366. Fax: (54 11) 4815-2512

E-mail: ambasada.bue@netsat.com.ar

✓ **Embajada de la República Federal de Alemania - Cancillería**

Dirección: Villanueva 1055 - C1426BMC Buenos Aires

Teléfono: (54 11) 4778-2500. Fax: (54 261) 4778-2550

E-mail: embalem@infovia.com.ar/ Web: http://www.embajada-alemana.org.ar

✓ **Embajada del Reino de Arabia Saudita - Cancillería**

Dirección: Alejandro M. de Aguado 2881 - 1425 Buenos Aires

Teléfono: (54 11) 4802-3375 / (54 11) 4802-4303 / (54 11) 4802-0760.

Fax: (54 11) 4806-1581

Web: http://www.embajadasaudi.com

✓ **Embajada de la República Argelina Democrática y Popular**

Dirección: Montevideo 1889 - 1021 Buenos Aires

Teléfono: (54 11) 4815-1271 / (54 11) 4815-5969.

Fax: (54 11) 4815-8837. Telex: 22467 ABAMK AR

E-mail: argelia@interserver.com.ar - embajadadeargelia@ciudad.com.ar

Web: http://www.mae-dz.org

✓ **Embajada de la República de Armenia**

Dirección: Pacheco de Melo 1922 - C1126AAD Buenos Aires

Teléfono: (54 11) 4816-8710. Fax: (54 11) 4812-2803

E-mail: consultas@armenio.com.ar/ Web: http://www.armenio.com.ar

✓ **Embajada de Australia - Cancillería**

Dirección: Villanueva 1400 - 1426 Buenos Aires

Teléfono: (54 11) 4779-3500. Fax: (54 11) 4779-3581

E-mail: info.ba.general@dfat.gov.au

Web: http://www.argentina.embassy.gov.au - http://www.dfat.gov.au/index.html

✓ **Embajada de la República de Austria - Cancillería**

Dirección: French 3671 - 1425 Buenos Aires

Teléfono: (54 11) 4802-7195 - (54 11) 4802-1400 - (54 11) 4802-7096.

Fax: (54 11) 4805-4016

E-mail: embajada@austria.org.ar/ Web: htpp://www.bmaa.gv.at

✓ **Embajada de Bélgica - Cancillería**

Dirección: Defensa 113 Piso 8 - 1065 Buenos Aires

Teléfono: (54 11) 4331-0066 - (54 11) 4331-0069.

Fax: (54 11) (54 11) 4331-0814

E-mail: buenosaires@diplobel.org/ Web: http://www.diplobel.org/argentina

✓ **Embajada de Bolivia - Cancillería**

Dirección: Av. Corrientes 545 Piso 2 - 1403 Buenos Aires

Teléfono: (54 11) 4394-1463. Fax: (54 11) 5217-1070

E-mail: info@embajadadebolivia.com.ar/

Web: http://www.embajadadebolivia.com.ar

✓ **Embajada de la República Federativa del Brasil - Cancillería**

Dirección: Cerrito 1350 - C1010ABB Buenos Aires

Teléfono: (54 11) 4515-2400. Fax: (54 11) 4515-2401

E-mail: embras@embrasil.org.ar/

Web: http://www.brasil.org.ar - http://www.mre.gov.br - http://www.planato.gov.br

✓ **Embajada de la República de Bulgaria - Cancillería**

Dirección: Mariscal A. J. De Sucre 1568 - 1428 Buenos Aires

Teléfono: (54 11) 4781-8644 - (54 11) 4786-6273. Fax: (54 11) 4781-1214

E-mail: embular@sinectis.com.ar/ Web:http://webs.uolsinectis.com.ar/embular

✓ **Embajada de Canadá - Cancillería**

Dirección: Tagle 2828 - C1425EEH Buenos Aires

Teléfono: (54 11) 4805-3032. Fax: (54 261) 4808-1000

E-mail: bairs-webmail@international.gc.ca/ Web: http://www.buenosaires.gc.ca

✓ **Embajada de la República de Chile - Cancillería**

Dirección: Tagle 2762 - 1425 Buenos Aires

Teléfono: (54 11) 4802-7020. Fax: (54 11) 4804-5297

E-mail: agreprensa@embajadadechile.com.ar

Web: http://www.embajadadechile.com.ar

✓ **Embajada de la República Popular China**

Dirección: Av. Crisólogo Larralde 5349 - 1431 Buenos Aires

Teléfono: (54 11) 4543-8862 4542-0054. Fax: (54 11) 4545-1141

E-mail: emchina@satlink.com/ Web:

http://www.fmprc.gov.cn/esp/wjb/zwjg/ldmz/t2757.htm

✓ **Embajada de la República de Colombia**

Dirección: Carlos Pellegrini 1363 Piso 3 - C1011AAA Buenos Aires

Teléfono: (54 11) 4325-0258 - 4325-0494 - 4325-1106 - 4325-4322 – 4325-1610. Fax: (54 11) 4322-9370

E-mail: consulado@embajadacolombia.int.ar/

Web: http://www.embajadacolombia.int.ar

✓ **Embajada de la República de Corea - Cancillería**

Dirección: Av. del Libertador 2395 - San Martín de Tours 2815.

1425 Buenos Aires

Teléfono: (54 11) 4802-9665. Fax: (54 11) 4803-6993

E-mail: argentina@mofat.go.kr/ Web: http://www.embcorea.int.ar - http://www.mofat.gob.kr

✓ **Embajada de la República de Costa Rica - Cancillería**

Dirección: Av. Santa Fe 1460 Piso 3 - 1023 Buenos Aires

Teléfono: (54 11) 4815-0072. Fax: (54 11) 4814-1660

E-mail: embarica@fibertel.com.ar/ Web: http://www.rree.go.cr

✓ **Embajada de la República de Croacia - Cancillería**

Dirección: Gorostiaga 2104 - 1426 Buenos Aires
Teléfono: (54 11) 4777-7284. Fax: (54 11) 4777-0980
E-mail: consulado@embajadadecroacia.org.ar/ Web: http://www.vlada.hr

✓ **Embajada de Cuba - Cancillería**

Dirección: Virrey del Pino 1810 - 1426 Buenos Aires
Teléfono: (54 11) 4782-9049 - 4782-9149 - 4782-9089. Fax: (54 11) 4786-7713
E-mail: info@embacuba.com.ar/ Web: http://www.embacuba.com.ar

✓ **Embajada del Reino de Dinamarca - Cancillería**

Dirección: Av. Leandro N. Alem 1074 Piso 9 - 1001 Buenos Aires
Teléfono: (54 11) 4312-6901. Fax: (54 11) 4312-7857
E-mail: ambadane@ambadane.org.ar/ Web: http://www.ambadane.org.ar

✓ **Embajada de Ecuador - Cancillería**

Dirección: Av. Quintana 585 Piso 9 - 1129 Buenos Aires
Teléfono: (54 11) 4804-0073. Fax: (54 11) 4804-0074
E-mail: embecu@elsitio.net/ Web: http://www.embecuador.com.ar

✓ **Embajada de la República Árabe de Egipto - Cancillería**

Dirección: Virrey del Pino 3140 - 1426 Buenos Aires
Teléfono: (54 11) 4553-3311. Fax: (54 261) 4455-30067
Web: http://www.mfa.gov.eg

✓ **Embajada del Reino de España - Cancillería**

Dirección: Mariscal Ramón Castilla 2720 - C1425DZB Buenos Aires
Teléfono: (54 11) 4802-6031/6032/6611. Fax: (54 11) 4802-0719
E-mail: embespar@correo.mae.es

Consulado General:

Dirección: Guido 1770 - C1016AAF Buenos Aires
Teléfono: (54 11) 4814- 9100. Fax: (54 11) 4814- 0079

E-mail: cog.buenosaires@mae.es /
Web:http://www.mae.es/consulados/buenosaires/es/home

✓ **Embajada de la República de Filipinas**

Dirección: Mariscal Ramón Castilla 3075 - C1425DZG Buenos Aires
Teléfono: (54 11) 4807 – 3334. Fax: (54 11) 4804 - 1595
E-mail: pheba@peoples.com.ar

✓ **Embajada de Finlandia**

Dirección: Av. Santa Fe 846 Piso 5 - 1059 Buenos Aires
Teléfono: (54 11) 4312-0600. Fax: (54 11) 4312-0670
E-mail: sanomat.bue@formin.fi/ Web: http://www.finlandia.org.ar

✓ **Embajada de la República Francesa - Cancillería**

Dirección: Cerrito 1399 - 1010 Buenos Aires
Teléfono: (54 11) 4515-2930. Fax: (54 11) 4515-2966
E-mail: consulat-ba@consulatfrance.int.ar/ Web: http://www.embafrancia-argentina.org

✓ **Embajada de la República Helénica- Cancillería**

Dirección: Av. Roque Sáenz Peña 547 Piso 4 - 1035 Buenos Aires
Teléfono: (54 11) 4342-4958 - 4342-0528. Fax: (54 11) 4342-2838

✓ **Embajada de la República de Guatemala - Cancillería**

Dirección: Av. Santa Fe 830 Piso 5 - 1059 Buenos Aires
Teléfono: (54 11) 4313-9160 - 4313-9180. Fax: (54 11) 4311-1488
E-mail: iguatar@iguat.net

✓ **Embajada de la República de Haití - Cancillería**

Dirección: Av. Figueroa Alcorta 3297 - 1425 Buenos Aires
Teléfono: (54 11) 4807-0211 - 4802-5979. Fax: (54 11) 4802-3984
E-mail: embahaiti@interar.com.ar

✓ **Embajada de la República de Honduras - Cancillería**

Dirección: Callao 1546 2° Piso Oficina A - 1224 Buenos Aires

Teléfono: (54 11) 4806-9914. Fax: (54 11) 4806-9880

E-mail: embajadadehondurasarg@fibertel.com.ar

✓ **Embajada de la República de Hungría - Cancillería**

Dirección: Coronel Díaz 1874 - 1425 Buenos Aires

Teléfono: (54 11) 4822-0767 - 4827-4820. Fax: (54 11) 4805-3918

E-mail: hungria@escape.com.ar/ Web: http://www.mfa.gov.hu

✓ **Embajada de la República de la India - Cancillería**

Dirección: Av. Córdoba 950 Piso 4 - 1054 Buenos Aires

Teléfono: (54 11) 4393-4001 - 4393-4156. Fax: (54 261) 4393-4063

Telex 23413 INDIA AR

E-mail: polsec@indembarg.org.ar/ Web: http://www.indembarg.org.ar/indembarg

✓ **Embajada de la República de Indonesia - Cancillería**

Dirección: Mariscal Ramón Castilla 2901 - 1425 Buenos Aires

Teléfono: (54 11) 4807-2956/2211/3324. Fax: (54 11) 4802-4448

E-mail: emindo@tournet.com.ar/ Web: http://www.indonesianembassy.org.ar

✓ **Embajada de la República Islámica de Irán - Cancillería**

Dirección: Av. Figueroa Alcorta 3229 - 1425 Buenos Aires

Teléfono: (54 11) 4802-1470/4821/6360. Fax: (54 11) 4805-4409

E-mail: embairan@hotmail.com

✓ **Embajada de Irlanda**

Dirección: Av. del Libertador 1060 - 1112 Buenos Aires

Teléfono: (54 11) 5787-0801. Fax: (54 11) 5787-0802

E-mail: info@irlanda.org.ar/ Web: http://www.irlgov.ie/veagh - http://www.irlanda.org.ar

✓ **Embajada del Estado de Israel - Cancillería**

Dirección: Av. de Mayo 701 Piso 10 - 1084 Buenos Aires

Teléfono: (54 11) 4338-2515. Fax: (54 11) 4338-2624

E-mail: consulado@buenosaires.mfa.gov.il/ Web: http://www.israel-embassy.org.ar

✓ **Embajada de la República Italiana - Cancillería**

Dirección: Billinghurst 2577 - 1425 Buenos Aires

Teléfono: (54 11) 4802-0071/2/3. Fax: (54 11) 4807-2593

E-mail: ambitalia@ambitalia-bsas.org.ar/ Web: http://www.ambitalia-bsas.org.ar

✓ **Embajada del Japón - Cancillería**

Dirección: Bouchard 547 Piso 17 - 1106 Buenos Aires

Teléfono: (54 11) 4318-8200. Fax: (54 11) 4318-8210

E-mail: taishikan@japan.org.ar/

Web: http://www.mofa.go.jp/index.html - http://www.japan.org.ar

✓ **Embajada del Estado de Kuwait - Cancillería**

Dirección: Uruguay 739 - 1015 Buenos Aires

Teléfono: (54 11) 4374-7202. Fax: (54 11) 4374-8718

E-mail: info@kuwait.com.ar/ Web: http://www.kuwait.com.ar

✓ **Embajada de la República del Líbano - Cancillería**

Dirección: Av. del Libertador 2354 - C1425AAW Buenos Aires

Teléfono: (54 11) 4802-0466/4492. Fax: (54 11) 4802-2909

E-mail: embajada1@ellibano.com.ar/ Web: http://www.ellibano.com.ar

✓ **Embajada de Malasia - Cancillería**

Dirección: Villanueva 1040 - 1426 Buenos Aires

Teléfono: (54 11) 4776-0504 - 4776-2553 - 4777-8420. Fax: (54 11) 4776-0604

E-mail: mwbaires@ciudad.com.ar

✓ **Embajada del Reino de Marruecos - Cancillería**

Dirección: Mariscal Ramón Castilla 2952 - 1425 Buenos Aires

Teléfono: (54 11) 4801-8154 - 4801-8157. Fax: (54 261) 4802-0136
E-mail: sifamabueno@peoples.com.ar

✓ **Embajada de México - Cancillería**

Dirección: Calle Arcos No. 1650 -Belgrano, 1426 Buenos Aires
Teléfono: (54 11) 4118-8800. E-mail: embamexarg@interlink.com.ar
Web: http://www.embamex.int.ar/

✓ **Embajada de la República de Nicaragua - Cancillería**

Dirección: Av. Corrientes 2548 Piso 4 I - 1046 Buenos Aires
Teléfono: (54 11) 4951-3463. Fax: (54 11) 4952-7557
E-mail: embanic@overnet.com.ar

✓ **Embajada de la República Federal de Nigeria - Cancillería**

Dirección: Rosales 2674 - 1636 Olivos Pcia. de Buenos Aires
Teléfono: (54 11) 4799-7139 / 8090 / 7006
Fax: (54 11) 4790-4061. Telex: 23565 NEBA AR
E-mail: consular@nigerianembassy.org
Web: http://www.nigerianembassy-argentina.org/index.htm

✓ **Embajada del Reino de Noruega**

Dirección: Esmeralda 909 Piso 3 B - 1007 Buenos Aires
Teléfono: (54 11) 4312-2204. Fax: (54 11) 4315-2831.
Telex: 22811 NORAM AR
E-mail: emb.buenosaires@mfa.no/ Web: http://www.noruega.org.ar

✓ **Embajada de Nueva Zelanda - Cancillería**

Dirección: Carlos Pellegrini 1427 Piso 5 - 1011 Buenos Aires
Teléfono: (54 11) 4328-0747. Fax: (54 11) 4328-0757
E-mail: kiwiargentina@datamarkets.com.ar/
Web: http://www.immigration.govt.nz

✓ **Embajada Real de los Países Bajos- Cancillería**

Dirección: Edificio Porteño II Olga Cosenttini 831- Piso 3 – C1107BVA - Buenos Aires

Teléfono: (54 11) 4338-0050. Fax: (54 11) 4338-0060/70

Web: http://www.embajadaholanda.int.ar/espaniol - www.mfa.nl/bue-es/home

✓ **Embajada de la República Islámica de Pakistán - Cancillería**

Dirección: Gorostiaga 2176 - 1426 Buenos Aires

Teléfono: (54 11) 4775-1294. Fax: (54 11) 4776-1186

E-mail: parepbaires@sinectis.com.ar

✓ **Embajada de la República de Panamá - Cancillería**

Dirección: Av. Santa Fe 1461 Piso 5 - 1060 Buenos Aires

Teléfono: (54 11) 4811-1254/3656. Fax: (54 11) 4814-0450

E-mail: epar@ba.net

✓ **Embajada de la República de Paraguay - Cancillería**

Dirección: Las Heras 2545 - 1425 Buenos Aires

Teléfono: (54 11) 4802-4948. Fax: (54 11) 4804-0437

E-mail: administracionpar@fibertel.com.ar - gusslb@fullzero.com.ar

✓ **Embajada de la República del Perú - Cancillería**

Dirección: Av. Libertador 1720 - 1425 Buenos Aires

Teléfono: (54 11) 4802-2000 / 2438 / 2551. Fax: (54 11) 4802-5887

Web: http://www.consuladoperubaires.org

✓ **Embajada de la República de Polonia - Cancillería**

Dirección: Alejandro María de Aguado 2870 - 1425 Buenos Aires

Teléfono: (54 11) 4802-9681 / 9682. Fax: (54 11) 4802-9683

E-mail: ambbuenos@datamarkets.com.ar

Web: http://www.polonia.es/x.php/2/argentina/164

✓ **Embajada de la República Portuguesa - Cancillería**

Dirección: Maipú 942 Piso 17 - 1340 Buenos Aires

Teléfono: (54 11) 4312-0187 / 3524. Fax: (54 261) 4311-2586

E-mail: embport@embajadaportugal.org.ar/ Web:

http://www.embajadaportugal.org.ar

✓ **Embajada de la República Árabe Siria - Cancillería**

Dirección: Av. Callao 956 - 1023 Buenos Aires

Teléfono: (54 11) 4813-2113 / 5438. Fax: (54 11) 4814-3211

E-mail: embanic@overnet.com.ar

Embajada de la República Checa - Cancillería

Dirección: Junín 1461- 1113 Buenos Aires

Teléfono: (54 11) 4807-3107. Fax: (54 11) 4807-3109

E-mail: buenosaires@embassymzv.cz

Web: http://www.mzv.cz/wwwo/default.asp?ido=10118&idj=46&amb=23

✓ **Embajada de la República Dominicana - Cancillería**

Dirección: Av. Santa Fe 830 Piso 7 - 1059 Buenos Aires

Teléfono: (54 11) 4894-2078

✓ **Embajada de la República Eslovaca - Cancillería**

Dirección: Av. Figueroa Alcorta 3240 - 1425 Buenos Aires

Teléfono: (54 11) 4801-3917 - 4804-8622. Fax: (54 11) 4801-4654

E-mail: embsl@rcc.com.ar

✓ **Embajada de Rumania - Cancillería**

Dirección: Arroyo 962-70 - 1007 Buenos Aires

Teléfono: (54 11) 4326-5888 - 4322-8656. Fax: (54 11) 4322-2630

E-mail: embarombue@rumania.org/ Web: http://www.roemb.com.ar

✓ **Embajada de la Federación Rusa - Cancillería**

Dirección: Rodríguez Peña 1741 - 1021 Buenos Aires

Teléfono: (54 11) 4813-1552 / 8039. Fax: (54 11) 4815-6293

E-mail: embrusia@arnet.com.ar/ Web: http://www.argentina.mid.ru/pobeda_10.htm

✓ **Embajada de la República de Sudáfrica- Cancillería**

Dirección: M. T. De Alvear 590 Piso 8 - 1058 Buenos Aires

Teléfono: (54 11) 4317-2900. Fax: (54 11) 4317-2951

E-mail: embasa@ciudad.com.ar/ Web: http://www.embajadasudafrica.org.ar

✓ **Embajada de Suecia - Cancillería**

Dirección: Tacuarí 147 Piso 6 - C1071AAC - Buenos Aires

Teléfono: (54 11) 4329-0800. Fax: (54 11) 4342-1697

E-mail: ambassaden.buenos-aires@foreing.ministry.se

Web: http://swedenabroad.com/pages/start___7979.asp

✓ **Embajada de Suiza - Cancillería**

Dirección: Av. Santa Fe 846 Piso 10 - 1059 Buenos Aires

Teléfono: (54 11) 4311-6491. Fax: (54 11) 4313-2998

E-mail: vertretung@bue.rep.admin.ch/ Web:

http://www.admin.ch/buenosaires_emb/home.htm

✓ **Embajada del Reino de Tailandia - Cancillería**

Dirección: Avda. Federico Lacroze 2158 - 1426 Buenos Aires

Teléfono: (54 11) 4774-4415 - 4772-1170. Fax: (54 11) 4773-2447

E-mail: thaiembar@fibertel.com.ar/ Web: http://www.mfa.go.th/

✓ **Embajada de la República Tunecina - Cancillería**

Dirección: Ciudad de la Paz 3086-88 - 1429 Buenos Aires

Teléfono: (54 11) 4544-2618 / 5149. Fax: (54 261) 4545-6369

Telex: 26355 ATUNEZ AR

E-mail: atbuenosaires@infovia.com.ar

✓ **Embajada de la República de Turquía - Cancillería**

Dirección: 11 de Septiembre 1382 - C1426BKN Buenos Aires

Teléfono: (54 11) 4785-7203 - 4788-3239/5106. Fax: (54 11) 4784-9179

E-mail: turquia@fibertel.com.ar/ Web: http://www.mfa.gov.tr

✓ **Embajada de Ucrania - Cancillería**

Dirección: Conde 1763 - 1425 Buenos Aires

Teléfono: (54 11) 4252-9891

E-mail: embucra@embucra.com.ar/ Web: http://www.embucra.com.ar

✓ **Embajada del Reino Unido de Gran Bretaña e Irlanda del Norte - Cancillería**

Dirección: Dr. Luis Agote 2412 - 1425 Buenos Aires

Teléfono: (54 11) 4808-2200. Fax: (54 11) 4808-2274/2283/2228

Web: http://www.britain.org.ar

✓ **Embajada de la República Oriental del Uruguay - Cancillería**

Dirección: Las Heras 1907 - 1128 Buenos Aires

Teléfono: (54 11) 4807-3040. Fax: (54 11) 4807-3050

E-mail: embarou@impsat1.com.ar/ Web: http://www.embajadadeluruguay.com

✓ **Embajada de los Estados Unidos de América - Cancillería**

Dirección: Av. Colombia 4300 - C1425GMN Buenos Aires

Teléfono: (54 11) 5777-4533/4534. Fax: (54 11) 5777-4240

E-mail: BuenosAiresInfo@state.gov/

Web: http://www.usembassy.state.gov/posts/ar1/wwwh0100.html

✓ **Embajada de la República de Venezuela - Cancillería**

Dirección: Virrey Loreto 2035 - 1426 Buenos Aires

Teléfono: (54 11) 4788-4944. Fax: (54 11) 4784-4311

E-mail: embaven@arnet.com.ar/ Web: http://www.la-embajada.com.ar

✓ **Embajada de la República Federal de Yugoslavia - Cancillería**

Dirección: Marcelo T. De Alvear 1705 - 1060 Buenos Aires

Teléfono: (54 11) 4811-2860 - 4812-9133 - 4813-3445/3446.

Fax: (54 11) 4812-1070

E-mail: yuembaires@ciudad.com.ar

❖ EMBAJADAS Y CONSULADOS ARGENTINOS EN EL EXTERIOR:

✓ Embajada Argentina en Australia

Dirección: John Mcewen House 7 National Circuit Barton Act 2600 Po Box 4835 Kingston Act 2604 Australia

Teléfono: (61-2) 6273 9111 / Fax: (61-2) 6273 0500 Email: Trade@Argentina.Org.Au

Web: Http://Www.Argentina.Org.Au

✓ Embajada Argentina en España

Dirección: Pedro De Valdivia 21

Teléfono: +34 91 771 0519 / Fax: +34 91 563 5185 Email: Embajada@Portalargentino.Net Web: Http://Www.Portalargentino.Net

✓ Embajada en África Del Sur

Dirección: 200 Standard Plaza 0002 Pretoria, Rep. Of South Africa Teléfono: [27] (12) 433-527, 433-516 / Fax: [27] (12) 433-521

✓ Embajada en Alemania

Dirección: Adenauerallee 50-52 53113 Bonn, Alemania

Teléfono: [49] (228) 228-010/8, 223-973 / Fax: [49] (228) 228-0130, 220-277

✓ Embajada en Algeria

Dirección: 7 Rue Hamami, 5ème Étage 16000 Algiers, Algeria

Teléfono: [213] (2) 71-8683, 71-8684, / Fax: [213] (2) 64-3843

✓ Embajada en Arabia Saudita

Dirección: Po Box 94369 Riyadh 11693, Saudi Arabia

Teléfono: [966] (1) 465-3057, 465-2600, / Fax: [966] (1) 465-1632 (Trade Office)

✓ Embajada en Australia

Dirección: Mlc Tower, Suite 102 Woden, Act 2606, Australia

Teléfono: [61] (62) 82-4555, 82-4855, / Fax: [61] (62) 85-3062

✓ **Embajada en Austria**

Dirección: Goldschmiedgasse 2/1 1010 Vienna, Austria

Teléfono: [43] (1) 533-8463, 533-8577

✓ **Embajada en Bélgica**

Dirección: Avenue Louise 225, B.P. 6 1050 Brussels, Belgium

Teléfono: [32] (2) 647-7812, 647-9002 / Fax: [32] (2) 647-9319, 642-9187

✓ **Embajada en Bolivia**

Dirección: Aspiazu 497, Esq. Sánchez Casilla 64 4677 La Paz, Bolivia Teléfono: [591] (2) 32-2172, 37-0335 / Fax: [591] (2) 647-9319

✓ **Embajada en Brasil**

Dirección: Sepn, Av. W-3 Quadra 513 Bloco D.,

Edif. Imperador, 4 Andar 70442 Brasilia, Df, Brasil Teléfono: [55] (61) 273-3737

✓ **Embajada en Bulgaria**

Dirección: 42 Klement Gotvald Blvd. Po Box 635 1504 Sofia, Bulgaria Teléfono: [359] (2) 44-3821/2, 44-1327

✓ **Embajada en Canadá**

Dirección: 90 Sparks St., Suite 620 Ottawa, On Kip 5b4, Canada Teléfono: [1] (613) 236-2351/4 / Fax: [1] (613) 235-2659 Web: Http://Www.Consargenmtl.Com Http://Www.Consargtoro.Org

✓ **Embajada en Chile**

Dirección: Miraflores 285 Casilla 9867 Santiago De Chile, Chile

Teléfono: [56] (2) 639-8617, 638-0890 / Fax: [56] (2) 639-3321

✓ **Embajada en China**

Dirección: 11, San Li Tun Dong Lu Beijing 100060, Prc

Teléfono: [86] (1) 532-2090, 532-1406

✓ **Embajada en Colombia**

Dirección: Av. 40a, No. 13-09, Piso 16 Ap. Aéreo 53013 Santa Fe De Bogotá, Dc, Colombia

Teléfono: [57] (1) 288-0900, 285-6342 / Fax: [57] (1) 285-5794

✓ **Embajada en Corea del Sur**

Dirección: 135-53, Itaewon-Dong, Yongsan-Ku Cpo Box 3889 Seoul 140, Rep. Of Korea

Teléfono: [82] (2) 793-4062, 797-0636 / Fax: [82] (2) 792-5820

✓ **Embajada en Costa Rica**

Dirección: Calle 27, Av. Central Apdo. 1963 San José, Costa Rica

Teléfono: [506] 21-3438, 21-6869, 23-8742 / Fax: [506] 23-8742

✓ **Embajada en Cuba**

Dirección: Calle 36, No. 511 Miramar, Havana, Cuba

Teléfono: [53] (7) 22-5540, 22-5540/9 / Fax: [53] (7) 33-2140, 22-7712

✓ **Embajada en Dinamarca**

Dirección: Store Kogensgade 45 1264 Copenhagen K, Denmark

Teléfono: [45] 33-15-80-82, 33-15-55-74 / Fax: [45] 33-15-55-74

✓ **Embajada en Ecuador**

Dirección: Amazonas 477, Of. 501 Al 509 Apdo. 2937 Quito, Ecuador

Teléfono: [593] (2) 562-292, 566-760 / Fax: [593] (2) 568-177

✓ **Embajada en Egipto**

Dirección: 8 Sharia As-Saleh Ayoub Zamalek, Cairo,

Egypt Teléfono: [20] (2) 341-6862, 341-7765 / Fax: [20] (2) 340-8652

✓ **Embajada en El Salvador**

Dirección: 79 Av. Norte 704 Col. Escalón Apdo. 01-384 San Salvador, El Salvador

Teléfono: [503] 24-4238, 23-3494, 24-2006 / Fax: [503] 79-1333

✓ **Embajada en Emiratos Árabes Unidos**

Dirección: Po Box 3325 Abu Dhabi, Uae

Teléfono: [971] (2) 216-838

✓ **Embajada en España**

Dirección: Paseo De La Castellana 53 28046 Madrid, España

Teléfono: [34] (1) 442-4500, 442-4089 / Fax: [34] (1) 442-3559, 441-0088

✓ **Embajada en Estados Unidos De América**

Dirección: 1600 New Hampshire Avenue Nw Washington, Dc 20009, Usa Teléfono: [1] (202) 939-6400, 939-6431 / Fax: [1] (202) 775-4388

✓ **Embajada en Filipinas**

Dirección: Act Tower, 6th Fl. 135 Sen. Gil J. Puyat Ave. Salcedo Village, Makati Metro Manila, Philippines Teléfono: [63] (2) 87-5655, 88-6091

✓ **Embajada en Finlandia**

Dirección: Bulevardi 10a-14 00120 Helsinki, Finland

Teléfono: [358] (0) 60-5249, 60-7630

Embajada En Francia

Dirección: 6 Rue Cimarosa 75116 Paris, France

Teléfono: 33] (1) 4553-3300, 4353-1469 / Fax: [33] (1) 4553-4633

✓ **Embajada en Gabón**

Dirección: Bp 4065 Libreville, Gabon

Teléfono: [241] 73-0216, 73-0105, 74-0549 / Fax: [241] 73-1629

✓ **Embajada en Gran Bretaña**

Dirección: 65 Brook Street Londres W1k

Teléfono: [44] 020 7 318 1300 / Fax: [44] 020 7 318 1301

✓ **Embajada en Grecia**

Dirección: 59 Leof Vassilissis Sophia Athens 140, Greece

Teléfono: [30] (1) 72-24-753, 72-24-710 / Fax: [30] (1) 72-27-568

✓ **Embajada en Guatemala**

Dirección: 2a. Av. 11-04, Apdo. 112 0 1010 Guatemala City, C.A., Guatemala

Teléfono: [502] (2) 31-4969, 31-9684 / Fax: [502] (2) 32-1654

✓ **Embajada en Haití**

Dirección: Impasse Géraud, 20 Bourdon Port-Au-Prince, Haiti

Teléfono: [509] (1) 45-6180, 45-6881

✓ **Embajada en Holanda**

Dirección: Javastraat 20 The Hague, Netherlands

Teléfono: [31] (70) 365-4836/7 / Fax: [31] (70) 392-4900

✓ **Embajada en Honduras**

Dirección: 2 Cuadras Al Sur Del Cenaculo Apdo. 101-C Tegucigalpa, Honduras

Teléfono: [504] 32-3376, 32-3274 / Fax: [504] 31-0376

✓ **Embajada en Hungría**

Dirección: Rippl-Rónai U. 1 1068 Budapest, Hungary

Teléfono: [36] (1) 115-1094, 115-5213 / Fax: [36] (1) 135-959

✓ **Embajada en India**

Dirección: B-8/9 Vasant Vihar, Paschimi Marg. New Delhi 110 057, India

Teléfono: [91] (11) 67-1345, 67-1348 / Fax: [91] (11) 317-2373

✓ **Embajada en Indonesia**

Dirección: Jalan Duren Ban Ka 22 Jakarta 12730, Indonesia

Teléfono: [62] (21) 33-8088, 33-3090 / Fax: [62] (21) 33-6148

✓ **Embajada en Irán**

Dirección: 7 Argentine Square Alitalia Building, 4th Floor Po Box 15875-4335 Tehran, Iran

Teléfono: [98] (21) 626-244, 628-294 / Fax: [98] (21) 622-583

✓ **Embajada en Irlanda**

Dirección: 15 Ailesbury Drive Dublin 4, Ireland

Teléfono: [353] (1) 269-4603, 269-1546

✓ **Embajada en Israel**

Dirección: 112 Rehov Hayarkon, 2nd Fl. 63571 Tel Aviv, Israel

Teléfono: [972] (3) 527-1313/4, 527-1413 / Fax: [972] (3) 527-1150

✓ **Embajada en Italia**

Dirección: Piazza Della Rotondo 2, 3 Piano 00186 Roma, Italia

Teléfono: [39] (6) 687-7022 / Fax: [39] (6) 686-1745

✓ **Embajada en Jamaica**

Dirección: Dyoll Building, 6th Fl. 40 Knutsford Boulevard Po Box 119 Kingston 5, Jamaica

Teléfono: [1] (809) 926-2496, 926-5588 / Fax: [1] (809) 926-4296

✓ **Embajada en Japón**

Dirección: 120-1 Moto Azabu 2-Chome Minato-Ku Tokyo, Japón

Teléfono: [81] (3) 5420-7101/5

✓ **Embajada en Kenia**

Dirección: Po Box 30283 Nairobi, Kenya

Teléfono: [254] (2) 33-5242, 33-9949 / Fax: [254] (2) 21-7693

✓ **Embajada en Líbano**

Dirección: Po Box 166604 5th Fl., Rue De Leglise Mar Takla Hazmieh, Beirut, Lebanon

Teléfono: [961] (1) 428-960/1, 453-442

✓ **Embajada en Libia**

Dirección: Po Box 932 Tripoli, Libya

Teléfono: [218] (21) 72160, 70586, 70597

✓ **Embajada en Malasia**

Dirección: 3 Jalan Semantan 2 Po Box 11200 50738 Kuala Lumpur, Malaysia

Teléfono: [60] (3) 255-0176 255-2564 / Fax: [60] (3) 255-2706

✓ **Embajada en México**

Dirección: Edificio Plaza Comermex, Piso 7 Boulevard M. Avila Camacho 1 Col. Lomas De Chapultepec 11000 México, Df, México Teléfono: [52] (5) 520-3412, 520-9430/2 / Fax: [52] (5) 540-5011, 520-4192

✓ **Embajada en Morocco**

Dirección: 12 Rue Mekki Bitaouri Souissi, Rabat, Morocco

Teléfono: [212] (7) 75-5120, 75-4182, 75-5410 / Fax: [212] (7) 55410

✓ **Embajada en Nicaragua**

Dirección: Pasaje Los Cerros No. 111 Reparto Las Colinas Managua, Nicaragua

Teléfono: [505] (2) 74-412, 71-822, 78-4824 / Fax: [505] (2) 678-406

✓ **Embajada en Noruega**

Dirección: Inkognitogaten 10a 0244 Oslo, Norway

Teléfono: [47] 22-55-24-48/9 / Fax: [47] 22-44-16-41

✓ **Embajada en Panamá**

Dirección: Edif. Banco De Iberoamerica, Piso 1 Calles 50 Y 53 Panamá 1, Panamá

Teléfono: [507] 64-6561, 64-6989 / Fax: [507] 69-5331

✓ **Embajada en Paquistán**

Dirección: Po Box 1015 Islamabad, Paquistán

Teléfono: [92] (51) 82-0270, 211-117/8

✓ **Embajada en Paraguay**

Dirección: Av. España Entre Boquerón Y Saltos Del Guaira Asunción, Paraguay

Teléfono: [595] (21) 200-034, 212-320/5 / Fax: [595] (21) 211-029

✓ **Embajada en Perú**

Dirección: Av. Felipe Pardo Y Aliaga 640, Piso 12/15 San Isidro Po Box 270081 Lima, Perú

Teléfono: [51] (14) 33-1887, 33-9966 / Fax: [51] (14) 33-0769

✓ **Embajada en Polonia**

Dirección: Jana Styki 17/19 03-928 Warsaw, Poland

Teléfono: [48] (22) 17-6028/9 / Fax: [48] (22) 17-7162

✓ **Embajada en Portugal**

Dirección: Av. João Crisóstomo 8 R/C Esq. 1000 Lisbon, Portugal

Teléfono: [351] (1) 797-7311, 797-7594 / Fax: [351] (1) 797-4702

✓ **Embajada en República Checa**

Dirección: Washingtonova 25 125 22 Prague 1, Czech Rep.

Teléfono: [42] (2) 223-803/4, 260-320 / Fax: [42] (2) 536-501

✓ **Embajada en República Dominicana**

Dirección: Av. Máximo Gómez 10 Santo Domingo, Dominican Rep Teléfono: [1] (809) 682-0976, 682-2977 / Fax: [1] (809) 686-5626

✓ **Embajada en Rumania**

Dirección: Strada Drobeta 11 70258 Bucarest 2, Romania

Teléfono: [40] (1) 611-7290, 611-7293

✓ **Embajada en Rusia**

Dirección: Sadova Triunfalnaya Ul. 4/10 Moscow, Russian Fed. Teléfono: [7] (095) 299-1670, 299-0367 / Fax: [7] (095) 200-4218

✓ **Embajada en Senegal**

Dirección: 34-36 Boulevard De La République Bp 3343 Dakar, Senegal Teléfono: 221] 21-5171, 22-1136 / Fax: [221] 22-1136 Http://Www.Embajada-Argentina.Org.Py

✓ **Embajada en Singapur**

Dirección: Tong Building, Office 15-04 302 Orchard Road Singapore 0923

Teléfono: [65] 235-4231, 737-4850 / Fax: [65] 235-4382

✓ **Embajada en Siria**

Dirección: Rue Ziad Ben Abi Soufian Coin Fauzill-Ghazza Bp 116 Damascus, Siria

Teléfono: [963] (11) 33-4167, 33-4168

✓ **Embajada en Suecia**

Dirección: Grevgatan 5 Po Box 14039 10440 Stockholm, Sweden Teléfono: [46] (8) 663-1965, 661-6197 / Fax: [46] (8) 782-9035

✓ **Embajada en Suiza**

Dirección: Jungfraustrasse 1 3005 Berne, Switzerland

Teléfono: [41] (31) 352-3565/6, 443-3566/7 / Fax: [41] (31) 352-0519

✓ **Embajada en Thailand**

Dirección: 20/85 Prommitr Villa, Soi 49/1 Bangkok 10110, Thailand Teléfono: [66] (2) 259-0401/2 / Fax: [66] (2) 259-0402

✓ **Embajada en Túnez**

Dirección: 10, Rue Al-Hassen Et Housseine Al-Menzah Iv 1004 Tunis, Tunisia

Teléfono: [216] (1) 237-313, 231-222 / Fax: [216] (1) 750-058

✓ **Embajada en Turquía**

Dirección: Iran Cad. 49/2 Çankaya, Ankara, Turkey

Teléfono: [90] (312) 446-2061

✓ **Embajada en Uruguay**

Dirección: Agraciada 3397 Montevideo, Uruguay

Teléfono: [598] (2) 39-5521, 39-1994, 39-3953 / Fax: [598] (2) 35-0364

✓ **Embajada en Venezuela**

Dirección: Edif. Fedecamaras, Piso 3 Calle El Empalme Urb. El Bosque Caracas, Venezuela

Teléfono: [58] (2) 731-3311, 731-3058 / Fax: [58] (2) 731-2659

❖ **CÁMARAS BINACIONALES**

✓ **Cámara de Comercio Argentino-Británica en Londres**

e-mail enquiries@bacc.newnet.co.uk

✓ **Asociación Árabe-Argentino Islámica**

Bogotá 3449 1407 Buenos Aires Tel: 4611-2087

✓ **Cámara Argentino-Armenia para la Industria y el Comercio**

Av. Santa Fe 969 P. 2° 1059 Buenos Aires Tel: 4393-0101/0151/0334

http://www.camara-armenia.com.ar e-mail camara-armenia@attglobal.net

✓ **Cámara Argentino-Portuguesa de Comercio**

San Martín 569 P. 4° I 1004 Buenos Aires Tel: 4393-4048/0968 4326-1158

e-mail lusocamara@speedy.com.ar

http://www.camaraportuguesa.org.ar

✓ **Cámara de la Producción de Industria y Comercio Argentino-China**

Maipú 510 9° Piso Of. A 1006 Buenos Aires Tel: 4322-4965/8014

e-mail ccomsud@ciudad.com.ar; camara@velocom.com.ar

http://www.argenchina.org/camarasudeste

✓ **Cámara de Comercio Argentino-Árabe**

Montevideo 513 P. 6° 1019 Buenos Aires Tel: 4372-8167 4371-2561

e-mail camarabe@ccaa.com.ar

http://www.camarabe.com

✓ **Cámara de Comercio Argentino-Austríaca**

San Martín 345 P. 3° Of. 7 1004 Buenos Aires Tel: 4394-2168

e-mail ccargaust@ccargaust.com.ar

http://ccargaust.com.ar

✓ **Cámara de Comercio Argentino-Boliviana**

25 de Mayo 611 P. 2° 1002 Buenos Aires Tel: 4311-4500/312-3126

e-mail ccabol@redesdelsur.com

http://www.ccabol.org.ar

✓ **Cámara de Comercio Argentino-Brasileña**

Montevideo 770 P. 12° 1019 Buenos Aires Tel: 4811-4503/4512 4812-9466

e-mail cambras@fibertel.com.ar

http://www.cambras.org.ar

✓ **Cámara de Comercio Argentino-Británica**

Av. Corrientes 457 P. 10° 1043 Bs. As. Tel: 4394-2872/2318/2762 Fax: 4394-2282

http://www.ccab.com.ar e-mail info@ccab.com.ar

✓ **Cámara de Comercio Argentino-Chilena**

Viamonte 783 7°A 1053 Buenos Aires

e-mail ccach@netchip.com.ar

http://www.ccach.org.ar

✓ **Cámara de Comercio Argentino-Holandesa**

Av. de Mayo 701 P. 19° 1084 Buenos Aires Tel: 4342-7329/7499

http://www.ccah.org.ar

✓ **Cámara de Comercio Argentino-Israelí**

Av. Corrientes 1312 E.P. 1043 Buenos Aires Tel: 4371-0339 4372-6273

e-mail ccai@icotel.net

http://www.ccai.com.ar

✓ **Cámara de Comercio Argentino-Libanesa**

Av. Pte. R.S. Peña 651 P. 7° Of. 124 1035 Buenos Aires Tel: 4326-6585/7889

e-mail camarliban@arnet.com.ar

http://www.camaralibanesa.com.ar

✓ **Cámara de Comercio Argentino-Paraguaya**

Viamonte 1355 P. 4° Of. C 1053 Buenos Aires Tel: 4371-9395

e-mail ccap@infovia.com.ar

http://www.ccarpy.com.ar

✓ **Cámara de Comercio Argentino-Uruguaya**

Ayacucho 1616 8° Piso 1112 Buenos Aires Tel: 4802-8177 Fax: 4802-8211

e-mail ccau@interar.com.ar

✓ **Cámara de Comercio de los Estados Unidos de América en la República** Argentina

Viamonte 1133 8° 1053 Buenos Aires Tel: 4371-4500

e-mail amcham@amchamar.com.ar

http://www.amchamar.com.ar

✓ **Cámara de Comercio e Industria Franco-Argentina**

Diagonal Norte 648 9° A 1035 Buenos Aires Tel: 4331-6650 4343-2204 4342-9911

http://www.ccifa.com.ar e-mail ccifa@ccifa.com.ar

Cámara de Comercio Italiana en la Argentina

M. T. de Alvear 1119 P. 2° 1058 Buenos Aires. Tel: 4816-5900 Fax: 4816-5902

e-mail ccibaires@ccibaires.com.ar

http://www.ccibaires.com.ar

✓ **Cámara de Comercio Suizo-Argentina**

Av. Leandro N. Alem 1074 P. 10° 1001 Buenos Aires Tel: 4311-7187 4312-8573

e-mail info@suiza.org.ar

http://www.suiza.org.ar

✓ **Cámara de Industria y Comercio Argentino-Alemana**

Florida 547 P. 19° 1005 Buenos Aires

info@cadicaa.com.ar

Lic. Jutta Borner: jborner@cadicaa.com.ar
Ursula Kupke: ukupke@cadicaa.com.ar
http://www.cadicae.com.ar

✓ **Cámara Española de Comercio de la República Argentina**

Av. Belgrano 863 P. 8° 1381 Buenos Aires Tel: 4345-2100 Fax 4334-2793
e-mail info@cecra.com.ar
http://www.cecra.com.ar

✓ **Cámara Japonesa de Comercio en la Argentina**

H. Yrigoyen 1530 3º Piso 1012 Buenos Aires Tel: 4382-2027/28
e-mail akagisho@elsitio.net

✓ **Cámara Sueco-Argentina de Comercio**

Tacuarí 147 P. 4° 1071 Buenos Aires Tel: 4334-8006 Fax: 4334-7103
http://www.ccsa.com.ar

CONTACTOS PARA DIFUNDIR LA GUÍA EXPORTAR DESDE CORRIENTES

❖ CÁMARAS, INSTITUCIONES, ASOCIACIONES Y COOPERATIVAS

- ✓ Cámara Empresarial de Goya.
  cegoya@goyanet.com.ar

- ✓ Asociación del Comercio y la Industria de Paso de los Libres.
  eraggio@sicnet.com.ar

- ✓ Asociación del Comercio y la Industria de Mercedes.
  acimercedes@hotmail.com

- ✓ Cámara de Comercio de Santo Tomé.
  H. Irigoyen 907

- ✓ Cámara de Comercio, Turismo, Industria y Producción de Ituzaingó.
  camcomitu@arnet.com.ar

- ✓ Asociación del Comercio y la Industria de Alvear.
  jleopoldososa@arnet.com.ar

- ✓ Asociación del Comercio e Industria de La Cruz.
  comercioscuper@sicnet.com.ar

- ✓ Asociación del Comercio, Industria y producción de Curuzú Cuatiá.
  ruralcuruzu@curuzu.net

- ✓ Asociación del Comercio, Industria y afines de Paso de la Patria.
  Belgrano 858.

- ✓ Cámara Empresarial de Bella Vista.

yvapora@elcable.tv

- ✓ Cámara de Comercio de San Roque.
  San Martin 668.

- ✓ Cámara de Comercio y Producción de Saladas.
  Lugones 1257.

- ✓ Cámara de Comercio, Industria, Producción y Turismo de Itá Ibaté.
  San Martín S/N.

- ✓ Asociación del Comercio, Industria y Producción de Goya. acipgoya@guazunet.com.ar.

- ❖ **MUNICIPIOS DE:** Corrientes, Paso de La Patria, San Cosme, Santa Ana, Riachuelo, Itatí, Ramada Paso, San Luis del Palmar, Herlitzka, Berón de Astrada, Itá Ibaté, Caá Catí, Lomas de Vallejos, Palmar Grande, San Miguel,Loreto, San Antonio, Ituzaingó, San Carlos, Colonia Liebig's, Gobernador Virasoro, Garruchos, José Rafael Gómez (Garabí), Santo Tomé, Estación Torrent, General Alvear, Colonia Carlos Pellegrini, La Cruz, Guaviraví, Yapeyú, Empedrado, Mburucuyá, San Lorenzo, Saladas, Colonia Santa Rosa, Tabay, Concepción, Tatacuá, Bella Vista, San Roque, Pedro R. Fernández, Nueve de Julio, Chavarría, Cruz de Los Milagros
  Santa Lucía, Lavalle, Gobernador Martínez, Yataytí Calle, Felipe Yofre, Mercedes, Mariano I. Loza, Goya, Esquina, Pueblo Libertador, Sauce, Perugorría, Curuzú Cuatiá, Tapebicuá, Paso de Los Libres, Bonpland, Parada Pucheta, Colonia Libertad, Monte Caseros, Juan Pujol y Mocoretá.

- ❖ **INSTITUCIONES INTERMEDIAS**

- ✓ A.P.I.C.C. Asociación de la Producción, Industria y Comercio de Corrientes.
  apicctes@infovia.com.ar

- ✓ FEDERACIÓN ECONÓMICA.
  Pellegrini 1460, Corrientes.

✓ UNIÓN INDUSTRIAL.
estudiojmvega@yahoo.com.ar

✓ FEDERACIÓN DE COOPERATIVAS DE CORRIENTES. LTDA
fedecoop@hotmail.com

❖ **SECTOR FORESTAL:**

✓ AFOA-NEA (ASOCIACIÓN DE FORESTALES DE ARGENTINA-REGIONAL NEA)
Dirección: Saavedra 686 – CP 3.380 – El dorado, Misiones
Teléfono: (03751) 4 20120
afoanea@amet.com.ar

✓ CFCN (CONSORCIO FORESTAL CORRIENTES NORTE)
Dirección: Arturo Navajas 340 – CP 3.342 – Gdor. Virasoro
Teléfono: (03756) 482400
ngalvalisi@lasmarias.com.ar

✓ AMAC (ASOCIACIÓN MADEREROS Y AFINES DE CORRIENTES)
Dirección: Ruta Nacional 14 y vías del ferrocarril – CP 3.342 - Gdor. Virasoro
Teléfono: (03756) 4 81800 – (03756) 15612928
amac@cableat.net

✓ ASOCIACIÓN PRODUCTORES FORESTO INDUSTRIA SANTA ROSA
Dirección: Francisco Sosa s/n - CP 3.421 - Santa Rosa
Teléfono: (03782) 4 94126
dbforestaciones@infovia.com.ar

❖ **SECTOR ARROCERO**

✓ Asociación Correntina de Plantadores de Arroz.
acpa@acpaarrozcorrientes.org.ar

- ✓ Alberto Pezzarini e Hijos S.A
  Luis Pezzarini
  Ruta Prov.N°129 Km 615
  (3775) 4 22359/ 4 22350
  luispezza@hotmail.com
  Monte Caseros

- ✓ Anibal Michellod e Hijos S.A
  Victor Daniel Michellod
  Ruta 119 Km 34
  (3774) 4 22103
  yatasto@curuzu.net
  Curuzú Cuatiá

- ✓ Goncalves Jose Artidor
  Sr. Goncalves Jose Artidor
  Belgrano 139
  (3772) 4 70222
  Alvear

- ✓ Eduardo Leo Arraga
  Eduardo Leo Arraga
  Pellegrini 911
  (3772) 15638276
  Alvear

- ✓ Luis y Guillermo Carlino
  Guillermo Carlino
  Ruta 25 Km 1
  (3775) 15638083
  lygcarlino84@yahoo.com
  Monte Caseros

- ✓ Molin Paz S.R.L
  Gerardo Machnau
  (3783) 15594940
  arrozelcorrentino@arnet.com.ar
  Caa Catí - Gral Paz

- ✓ Storti S.A
  Julio Cesar Storti
  (3756) 15451801
  stortisa@cableat.net
  Santo Tomé

❖ **SECTOR GANADERO**

- ✓ Asociación Rural de Corrientes.
  Meabe Mato. (03783) 4 31154

- ✓ Asociación Rural de Mercedes.
  Blas Fernando. (03773) 4 20370

- ✓ Asociación Rural de Curuzú.
  Maticorena Miguel Ángel.
  (03773) 4 22416

❖ **SECTOR CITRÍCOLA**

- ✓ FUCOCIT.
  cmvaccaro@hotmail.com

- ✓ Asociación de Citricultores de Bella Vista.
  cmvaccaro@hotmail.com

- ✓ Asociación de Citricultores de Mocoretá.

coopecicor@yahoo.com.ar

- ✓ Asociación de Citricultores Unidos de Monte Caseros.
  info@coopsanfrancisco.com.ar

- ✓ Asociación Citrícola de Saladas.
  ingjorgearce@yahoo.com.ar

- ✓ Cooperativa Exportadora de Citrus Corrientes (COOPECICOR).
  coopecicor@yahoo.com.ar

- ✓ Cooperativa San Francisco. info@coopsanfrancisco.com.ar

❖ **SECTOR HORTÍCOLA**

- ✓ Asociación de Producción Orgánicos de la Región.
  Hermosilla Ramón. (03783) 4 37316.

- ✓ Asociación Hortícola de Santa Lucia.
  Carlos Camoletto. (03777) 4 80176

- ✓ Asociación Hortícola de Monte Caseros.
  Alberto Dalmazzo. (03775) 4 22303

- ✓ Cooperativa Agraria Ganadera Industrial y de Comercio Santa Lucia Rogelio Armando Moser. (03777) 4 80212

❖ **SECTOR APÍCOLA**

- ✓ Cooperativa COAPICOR.
  José Ponzoni. ponzonijose@hotmail.com

- ✓ Cooperativa Agropecuaria y de Electricidad de Monte Caseros. Marcelo Carlino, Pablo Vallejos. caemc@caserosdigital.com.ar

- ✓ Cooperativa Apícola "Unión Apícola" Ltda. de Bella Vista.
  Rubén Angel Ramírez. ingenierorubito@yahoo.com.ar

- ✓ Cooperativa Apícola Esquínense "COAPE" Ltda.
  José Pelligrini. intaesquina@esquinamail.com.ar

- ✓ Cooperativa Apícola LOS AZAHARES Ltda.
  Ricardo Gutierrez - Guillermo Rolón (socio).
  cooplosazahares@yahoo.com.ar, cdis@infovia.com.ar

- ✓ Cooperativa Agrícola Yerbatera Colonia Liebig Ltda.
  Gustavo Quatrín. gustavo.quatrin@cooperativaliebig.com.ar

- ✓ Cooperativa Apícola "La Unión Melera".
  Ortiz Juan Manuel.
  (03783) 15 59 14 31

- ✓ Cooperativa Apícola "La Rina".
  Miguel Labriola. (03777) 15 50 68 75/ 15 47 15 87

- ✓ Cooperativa Agropecuaria y Apícola "Riachuelo Ltda."
  María Eva Martínez. (03783) 4 47281.

- ✓ Asociación de Apicultores de Ituzaingó (IBERÁ NORTE).
  Blas Orlando Henner . (03786) 15 51 03 23

- ✓ Asociación de Apicultores "San Ambrosio" de San Cosme.
  Horacio Verón. (03783) 15 66 73 60

- ✓ Asociación de Apicultores de San Roque.
  Atilio Palavecino. (03777) 4 91029

- ✓ Asociación de Productores Apícolas de Esquina.

José Adolfo Pellegrini. (03777) 15 41 07 57

- ✓ Asociación de Apicultores de Mocoretá.
  Celso Darmolin .

- ✓ Asociación de Apicultores de Paso de la Patria.
  Julián Sotomayor. (03783) 4 94295

- ✓ Asociación de Apicultores de San Cayetano.
  Adrián Postigo. Santa Fe 1495, Corrientes.

- ✓ Asociación de Productores Apícolas de Goya.
  Armando Riveira. (03777) 4 22103

- ✓ Asociación de Apicultores de Riachuelo.
  Atilio Vallejos . 212 Viviendas, sector 4, casa 101, B° laguna seca, Corrientes.

- ✓ Asociación Apícola "Laurel Tig".
  Amelia Beatriz Sosa. (03782) 15 60 75 23

- ✓ Grupo Apícola "Abejas del Sur Correntino".
  Rubén Martín. (03775) 4 23696.