

*Aportes conceptuales  
y metodológicos*

## **Guía para Exportar Artesanías**

---

**Autoridades del  
Consejo Federal de Inversiones**

**Asamblea de Gobernadores**

**Secretario General**  
Ing. Juan José Ciácerá

---

*Aportes conceptuales  
y metodológicos*

# Guía para Exportar Artesanías

## **Coordinación general**

Ing. Ramiro Otero; Director Recursos Financieros

## **Coordinación técnica**

Lic. Jorge Tranier; Jefe Área Financiamiento del Desarrollo Empresarial Regional

## **Equipo técnico**

Arq. Eduardo Barrón

## **Colaboradora**

Arq. María Cristina Gruñeiro

---

ABRIL DE 2011

---

---

## Guía para Exportar Artesanías

**Coordinación general:** Ing. Ramiro Otero

**Coordinación técnica:** Lic. Jorge Tranier

**Autor:** Arq. Eduardo Barrón

**Colaboradora:** Arq. Cristina Gruñeiro

1º Edición

500 ejemplares

### Consejo Federal de Inversiones

San Martín 871, C1004AAQ Buenos Aires, Argentina

+54 (11) 4317 0700 | [www.cfred.org.ar](http://www.cfred.org.ar)

ISBN XXXXXXXXXX

© 2011 CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES

Queda hecho el depósito que marca la ley 11.723

Impreso en Argentina - Derechos reservados.

*No se permite la reproducción parcial o total, el almacenamiento, el alquiler, la transmisión o la transformación de este libro, en cualquier forma o por cualquier medio, sea electrónico o mecánico, mediante fotocopias, digitalización u otros métodos, sin el permiso previo y escrito de los editores. Su infracción está penada por las leyes 11.723 y 25.446.*

Nombre y domicilio imprenta

Lugar y fecha impresión

# Al lector

El Consejo Federal de Inversiones es una institución federal dedicada a promover el desarrollo armónico e integral del país.

Su creación, hace ya cinco décadas, provino de la iniciativa de un grupo de gobernadores provinciales democráticos y visionarios, quienes mediante un auténtico Pacto Federal, sentaron las bases de una institución que fuera, a la vez, portadora de las tradiciones históricas del federalismo y hacedora de proyectos e iniciativas capaces de asumir los desafíos para el futuro.

El camino recorrido, en el marco de los profundos cambios sociales de fin y principios de siglo, motivó al Consejo a reinterpretar las claves del desarrollo regional, buscando instrumentos innovadores e identificando ejes temáticos estratégicos para el logro de sus objetivos.

Así, surgen en su momento el crédito a la micro, pequeña y mediana empresa, la planificación estratégica participativa, la difusión de las nuevas tecnologías de información y comunicaciones, las acciones de vinculación comercial y los proyectos de infraestructura para al mejoramiento de la competitividad de las producciones regionales en el comercio internacional. Todo ello, con una apuesta creciente a las capacidades sociales asociadas a la cooperación y al fortalecimiento de la identidad local.

Entre los instrumentos utilizados por el Consejo, el libro fue siempre un protagonista privilegiado, el vehículo entre el conocimiento y la sociedad; entre el saber y la aplicación práctica. No creemos en el libro como "isla", principio y fin del conocimiento, lo entendemos -a la palabra escrita y también a su extensión digital- como una llave para generar redes de conocimiento, comunidades de aprendizaje.

Esta noción del libro como medio, y no como un fin, parte de una convicción: estamos inmersos en un nuevo para-

digma donde solo tiene lugar la construcción del conocimiento colectivo y de las redes. En esta concepción, los libros son insumos y a la vez productos de la tarea cotidiana.

En un proceso virtuoso, en estos últimos años, el CFI se abocó a esa construcción social del conocimiento, mediante el trabajo conjunto y coordinado con los funcionarios y técnicos provinciales, con profesionales, productores, empresarios, dirigentes locales, estudiantes, todos aquellos interesados en encontrar soluciones a los problemas y en asumir desafíos en el ámbito territorial de las regiones argentinas.

Con estas ideas estamos presentes con un conjunto de publicaciones que conforman la **Colección "Aportes Conceptuales y Metodológico"**, y que están destinadas a documentar y difundir parte de ese conocimiento colectivo.

El presente título: **"Guía para Exportar Artesanías"**, que hoy como Secretario General del Consejo Federal de Inversiones, tengo la satisfacción de presentar, responde a esta línea y se enmarca en el Programa Red Federal de Artesanías del CFI, dirigido a, artesanos, productores, mercados y asociaciones artesanales, asesores técnicos y comercializadores del sector con el **propósito de fortalecer la competitividad de esta actividad en los territorios provinciales.**

Damos así, un paso más en esta tarea permanente de promoción del desarrollo de las regiones argentinas, ese desarrollo destinado a brindar mayores oportunidades y bienestar a su gente. Porque, para nosotros, **"CFI, DESARROLLO PARA TODOS"** no es una 'frase hecha', un eslogan, es la manifestación de la vocación federal de nuestro país, y el compromiso con el futuro de grandeza y equidad social que anhelamos todos los argentinos.

**Ing. Juan José Ciáccera**

*Secretario General del Consejo Federal de Inversiones*



# Índice

## **9 Introducción**

- 9 Contexto
- 9 La Guía
- 9 Objetivos
- 9 Situación nacional
- 15 Definiciones
- 16 Clasificación
- 19 Preguntas frecuentes

## **23 Entidades**

## **25 El Mercado Internacional**

- 25 Trascendencia de la exportación para el sector
- 26 Información básica e investigación de mercados
- 27 La organización para la exportación

## **29 Guía para exportar artesanías**

- 31 Requisitos administrativos
- 34 Impuestos y tasas
- 35 Estudio de mercado y de la demanda potencial
- 36 Los INCOTERMS:
- 38 Remisión de la factura pro forma
- 38 Formulación del precio
- 41 Aceptación de las condiciones
- 41 Confirmación de la carta de crédito
- 41 Factura comercial
- 41 Lista de empaque
- 41 Contratación del transporte
- 42 Certificación de Origen de la mercancía
- 42 Diligenciamiento del documento de exportación
- 43 Solicitud de "vistos buenos"
- 43 Permiso de Embarque de exportación
- 43 Pago de la exportación
- 44 Recomendaciones para el artesano exportador
- 49 Mercaderías que ingresan o egresan vía Courier
- 54 Documentación personal
- 57 EXPÓNICA
- 60 Clasificación de la mercadería:
- 61 Los oficios

## **67 Anexo**

- 67 Promoción comercial
- 70 70 Ferias internacionales

## **75 Anexo I**

- 75 Requisitos y criterios para la acreditación de la condición artesanal de productos elaborados en la República Argentina
- 75 Modelo de Certificado Nacional de Productos Artesanales para la Exportación
- 76 PARA USO EXCLUSIVO DE LA AUTORIDAD EMISORA

## **79 Anexo II**

- 79 Procedimiento para la Emisión del Certificado Nacional de Artesanía
- 79 Certificación Nacional de Artesanías 2005

## **83 Anexo III**

- 83 PROCEDIMIENTO PARA LA EMISION DEL CERTIFICADO NACIONAL DE ARTESANIA

## **85 Anexo IV**

- 85 Recomendación NG0021B1 de la OMA

## **87 Anexo V**

- 87 Identificación de las Posiciones Arancelarias

## **91 Anexo VI**

- 91 Posiciones Arancelarias detectadas para artesanías. Clasificación de Artesanías por posiciones arancelarias a 8 dígitos.
- 94 Clasificación de los productos artesanales por posiciones arancelarias a 8 dígitos. Apertura del Sistema Informático María

## **107 Anexo VII**

- 107 Datos útiles
- 107 Responsables del Sector en la Red de Organismos Nacionales
- 107 Mercados Artesanales
- 110 Direcciones útiles
- 111 Información Estadística
- 111 Nichos de Mercado en el Mundo
- 111 Contactos para el Comercio Justo
- 112 Solidaridad internacional
- 113 Otros organismos internacionales

## **117 Bibliografía**



## Introducción

A partir de la elaboración de un informe sectorial orientado al desarrollo de las Artesanías y del relevamiento y/o registro de artesanos, surgió entre las acciones y estrategias del Programa Red de Artesanías que impulsa el Área Financiamiento del Desarrollo Empresario Regional (FIDER), la necesidad de generar una guía específica orientada a la exportación de artesanías, que resulte de fácil comprensión y útil para este fin.

Atendiendo las circunstancias que atravesó este nuevo diseño de país que se inicia a partir de 2002, los sucesos político institucionales, las acciones de inclusión y este nuevo panorama cultural, entre otros, el sector artesanal ha buscado alternativas que deriven en mejores resultados para sus pequeños emprendimientos. Atento a ello, el CFI los ha acompañado tanto en la organización de misiones técnico comerciales al exterior; participación en eventos, ferias y exposiciones; adquisición de insumos; perfeccionamiento técnico; desarrollo integral del talento humano; comercialización; recuperación de rubros en riesgo; capacitaciones continuas, fomento para la incorporación del diseño, buenas prácticas y calidad en sus productos; entre otras acciones.

Hoy, los productos artesanales se ofrecen con una enorme diversificación, a la cual acceden la mayoría de los países. Tienen que responder a consumidores cuyos gustos y necesidades van cambiando permanentemente, por lo tanto este mercado requiere por parte de los oferentes una nueva dinámica, la optimización de recursos, la identificación de productos a través de marcas que reflejen la identidad cultural y estética de sus creadores, el origen y la autenticidad de las piezas. Los países mejor posicionados tienen sistemas de comercialización eficientes, junto a estrategias de concentración de la oferta y de la demanda, de catalogación y de presencia en los medios de comunicación masiva.

Nuestras artesanías, sobre todo aquellas que proceden del Noroeste Argentino (NOA), del Neuquén, de Río Negro, Entre Ríos, La Pampa y Buenos Aires, entre las más importantes, cuentan con la imagen suficiente para justificar su presencia constante en los mercados internacionales. Sus dificultades son de otro orden y sus posibilidades de solución sólo dependen de la voluntad y de la eficacia de nuestras instituciones.

El mercado exterior representa una gran expectativa para las artesanías así como para todos los sectores productivos que no se circunscriben exclusivamente a la estrategia del volumen, sino también buscan algunos nichos donde, por tener alguna diferenciación, por el carácter del producto, por la capacidad de respuesta al mercado externo y/o las condiciones que impone la competencia de productos sustitutos, encuentran demandas específicas.

Entre estos sectores productivos del país para los que es importante el mercado internacional, está el artesanal, en razón especialmente del producto, pero para posicionarse en él, debe superar varios escollos de orden estructural que se mencionarán más adelante.

### Contexto

El turismo, uno de los medios donde descansa parte de las estrategias de comercialización de los productos artesanales, ha crecido en estos últimos años de forma considerable. El Ministerio de Turismo a través de la Dirección de Estudios de Mercado y Estadística – SSDT - MINTUR en base a datos de la Dirección Nacional de Cuentas Internacionales (INDEC), ha expedido informes donde se da cuenta sobre el ingreso de turistas al país desde el exterior equivalente a 3,3 millones durante 2004 para ir creciendo a 4,3 millones en 2010, con una estancia en general entre 10 días (10,6 noches) y gastos entre los 35 a 69,9 US\$ per cápita y picos de US\$ 150, según destino (diariamente).

En el período 2004-2005 formalizaron compras por 190 US\$ cada uno. Estas cifras ubicaban al Turismo en el marco del ranking exportador, en el tercer lugar con una participación de 2.491 millones de dólares y gastos por 4.530 millones en el año 2010 en todo concepto (alojamiento, compras, etc.), para representar el 6% del total de las exportaciones de bienes y servicios de la nación en el citado año. Esto ubica al Turismo hoy en el sexto lugar en términos de generación de divisas con relación a los principales rubros de exportación. Resulta importante destacar que hoy por hoy los turistas procedentes de Europa alcanzan un 17% del total de visitas; los que vienen de Canadá y EE.UU. un 7% (se mantiene), y el procedente de los países limítrofes ha descendido al 64% debido en gran medida a la relación del cambio (pesos-real). Obviamente, esta circunstancia, ha incidido en la toma de decisiones de compra y de envíos de productos al exterior, vinculado estrechamente con la relación del cambio en general, y del dólar-peso, en particular, siendo la moneda americana la divisa de cambio por naturaleza.

Para el mundo de las artesanías, atado a los flujos turísticos, resultan muy importantes aquellos que proceden de países europeos, quienes son los que más divisas han generado y fueron potenciales compradores de los productos del sector. Luego, se ubican los chilenos (17%), seguidos por los visitantes de los EE.UU. y Canadá (13%), y los brasileños (13%).

A los efectos de determinar estrategias de comercialización en los sitios de origen de los artesanos, se incluyen los motivos del viaje y destinos de los distintos pasajeros de acuerdo con encuestas realizadas por SECTUR y el INDEC a lo largo de 2004 para lo cual es menester una proyección a hoy. De todos modos, estas estadísticas ya nos permiten aseverar que se exportan artesanías también a través de los visitantes extranjeros y que los artesanos y las entidades que los apoyan deben advertir.

**Motivo del viaje de turistas del exterior, según destino visitado de mayor permanencia. Aeropuerto Internacional de Ezeiza. Año 2004**

MOTIVO DEL VIAJE	DESTINOS DE MAYOR PERMANENCIA EN %										Total
	Ciudad de Bs.As.	Costa Atlántica	Pto. Madryn, Península Valdés	Cataratas de Iguazú	Pcia. de Córdoba	Pcia. de Salta, Tucumán y Jujuy	Pcia. de Mendoza, Aconcagua	Tierra del Fuego, El Calafate	S.C. de Bariloche, V.la Angostura S.M. de los Andes	Resto del País	
Vacaciones	56.6	36.8	71.8	80.3	34.9	48.5	56.3	86.3	81.5	28.3	55.1
Visita a familiares o amigos	13.8	43.9	9.09	5.9	41.7	30.7	21.5	5.4	9.2	42.9	17.5
Negocios, congresos, conferencias	26.1	15.2	16.8	13.9	18.3	17.8	17.5	7.0	8.1	22.4	23.7
Contrato de trabajo	0.3	0.6	1.1	-	0.2	0.2	0.3	0.2	0.1	1.0	0.4
Estudio	1.3	0.6	1.3	-	2.1	1.1	1.1	-	0.8	2.1	1.3
Tratamiento de salud	0.3	0.3	-	-	-	0.1	0.1	-	-	0.4	0.3
Otros	1.6	2.6	-	-	2.9	1.6	3.2	1.0	0.3	2.9	1.7
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

Fuente: ETI – SECTUR – INDEC. Elaboración propia Área Investigación – Cuenta Satélite de Turismo.

Es significativo citar el turismo que llega a la ciudad de Buenos Aires a través de la Terminal Benito Quinquela Martín en barcos, desde el 2003 en adelante. Hoy, en la temporada 2010/2011, son 145 las embarcaciones arribadas con flujos de turismo procedentes de Brasil, en particular, y de otros países: EE. UU. Canadá, México y de la Unión Europea. Son 184 mil pasajeros aproximadamente, que se suceden con una estacionalidad muy marcada de noviembre a marzo, inclusive. Un gran número de estos visitantes han advertido la calidad de las artesanías y son divulgadas y solicitadas a los artesanos para ubicarlas en el mercado europeo y en el mercado americano. De acuerdo con los registros existentes, este comercio se ha acentuado desde principios de 2002.

Se señala que al año 2008 el gasto de estos turistas era de \$ 816 diarios por visitante, entre comida, movilidad, compras y entretenimiento. Los citados negocios orientados a la venta de estos productos, han colonizado el área céntrica de la capital argentina, contando un número equivalente a 52 . La mayoría, propiedad de ex empresa-

rios que adquieren los productos en el interior a precios ventajosos y tras regateos, en algunos casos casi perversos, para luego fijar precios, para ellos muy favorables y equivalentes, en algunos casos, hasta diez veces su valor original. Ante estas dificultades, el artesano ve perder su autoría, y surge un total desconocimiento del origen y de algunos materiales utilizados, de detalles inherentes a rasgos culturales, etc., desvirtuando totalmente las actividades del sector. De allí, la necesidad de que los organismos, cooperativas de artesanos y maestros artesanos se informen de las posibilidades de comercialización que se brindan mas allá de las eventuales ferias y exposiciones.

### Evolución de las llegadas de turistas extranjeros a la Argentina durante el 1er. trimestre de 2008 al 3er. trimestre de 2010

PERÍODO	LLEGADAS DE TURISTAS NO RESIDENTES	VALORACIÓN PORCENTUAL	
		Respecto a igual trimestre del año anterior	Acumulado del año respecto al acumulado de igual período del año anterior
2008	4.700.494	3,0	
I	1.441.925	9,2	9,2
II	961.292	2,0	6,2
III	1.124.001	5,7	6,0
IV	1.173.277	-5,0	3,0
2009	4.312.669	8,3	
I	1.263.831	-12,4	-12,4
II	907.433	-5,6	-9,7
III	860.225	-23,5	-14,1
IV	1.281.180	9,2	-8,3
2010			
I	1.454.385	15,1	15,1
II	1.019.026	12,3	13,9
III	1.223.972	42,3	22,0

Fuente: Dirección de Estudios de Mercado y Estadística – SSDT – MINTUR en base a datos de la Dirección Nacional de Cuentas Internacionales (INDEC).

## Evolución del gasto de los turistas extranjeros en la Argentina durante el 1er. trimestre de 2008 al 3er. trimestre de 2010

PERÍODO	GASTOS DE TURISTAS EXTRANJEROS EN MILLONES DE US\$	VALORACIÓN PORCENTUAL	
		Respecto a igual trimestre del año anterior	Acumulado del año respecto al acumulado de igual período del año anterior
2008	4.530,1	7,4	
I	1.401,5	4,7	4,7
II	877,5	14,9	8,4
III	1.047,3	25,8	13,3
IV	1.203,7	-6,2	7,4
2009	3.839,3	-15,2	
I	1.144,7	-18,3	-18,3
II	742,5	-15,4	-17,2
III	678,7	-35,2	-22,9
IV	1.273,5	5,8	-15,1
2010			
I	1.405,7	22,8	22,8
II	863,0	16,2	20,2
III	1.057,2	55,8	29,6

Fuente: Dirección de Estudios de Mercado y Estadística – SSDT – MINTUR en base a datos de la Dirección Nacional de Cuentas Internacionales (INDEC).

Es notable la disminución de pasajeros en meses concordantes con enfermedades como la gripe aviar y/o las dificultades económicas con epicentro en los EE. UU. (año 2009), para luego tomar cierta equivalencia a lo sucedido en los años anteriores. Así también visualizamos que los ingresados gastaron menos que en los trimestres precedentes. En este contexto, los artesanos sufrieron iguales avatares, y en este caso, con la venta de artículos a través de terceros.

Estas especulaciones se brindan a título de mencionar una salida comercial por parte de los artesanos, en cuanto a la organización de eventos, sobremanera en los meses de mayor presencia de extranjeros que acceden en barcos a la ciudad capital, evitando los revendedores: un modo de exportar los productos artesanales, nuestra identidad y rasgos culturales en forma indirecta.

Seguramente tiene importancia la relación dólar-peso y real-peso, monedas en las que descansa la competitividad de los artesanos en este caso. Atendiendo este problema es menester conocer la evolución del Tipo de

Cambio Nominal (TCN) del peso argentino respecto de las monedas de los países que observan mayor relación con la Argentina en términos turísticos en los últimos años.

Es de observar que al finalizar el viejo plan de convertibilidad, el Banco Central ha fijado sólo referencias cambiarias, y frente a ello nuestros productos recuperaron su competitividad en cuanto a precio en el mundo exterior a partir de 2002. Debe señalarse en este campo que los dólares en concepto de exportación ingresan al Central y de acuerdo con lo dispuesto por el Gobierno. Inicialmente se pagó por cada dólar un peso con cuarenta centavos (1 US\$ = 1,40 \$) a enero de 2002, y luego de un constante crecimiento a favor del dólar, nuestro peso en el mes de septiembre cae alrededor de un 275% con relación a la moneda americana (\$ 3,75 = 1 US\$) para finalmente descender desde el mes de enero de 2003 al 190% aproximadamente, con relación a la misma moneda (meses abril, mayo, junio). En septiembre de 2008 el cambio fluctuaba entre los \$ 3,08 a \$ 3,19 por dólar. El nuevo escenario mundial, la profunda crisis internacional que se instala a mediados de 2008, cuyos desenlaces se

observan con toda su crueldad en el año 2009 y que visualizamos en los cuadros anteriores, nos sitúan nuevamente en un ámbito para los argentinos: conocido y acostumbrados en sobrevivir crisis; esta nueva realidad nos impone un dólar americano a \$ 3,50 tipo vendedor al mes de febrero. Al igual mes, pero de 2011, la equivalencia es de 1 US\$ = 4,05 \$. De hecho, este equilibrio se debe a una constante intervención del Gobierno Nacional a través del Banco Central.

Retornando al meollo inherente a la comercialización de productos artesanales al exterior y a la hora de actualización del presente documento, descansamos en una investigación de la SAGPyA (FIDA - PRODERNEA, PRODERNOA – FLACSO, 2005), menciona la “falta de información internacional de estadísticas comerciales, lo cual dificulta la planificación de estrategias para el desarrollo de la exportación de artesanías, en gran parte, por la falta de una definición de las posiciones arancelarias de las artesanías”.

Sin dudas, las estrategias en el tratamiento del Comercio Exterior de artesanías se asienta en el tratamiento arancelario que reciben las mismas, a partir de los innumerables acuerdos comerciales. En el ANEXO se incluye el estado del Sistema General de Preferencias pactado por la Argentina con terceros países para las partidas arancelarias por las cuales se exportan productos del sector.

En la misma investigación se menciona el alcance del comercio exterior de artesanías, durante el período 1998 a 2003 cuyos resultados nos indican que para el año 2003, las exportaciones de artesanías presentaban una tendencia en alza, equivalente a unos US\$ 750.000 de ingresos a partir de la venta de rubros como el cuero y el tejido. El cambio a fines de 2003 inserta a nuestros productos favorecidos por el cambio, ribetes de competitividad nunca alcanzados y tan providenciales en un momento difícil para nuestra economía. Por ello los datos antes analizados, rotan 180 grados por esta circunstancia, promoviendo la exportación de diferentes productos, en lo que a artesanías se refiere, muy interesantes.

Los mayores compradores y demandantes de nuestras artesanías se localizaron en Uruguay, Chile y Brasil (Mercosur) y en España, Italia y Reino Unido (Unión Europea), de acuerdo con el mismo estudio.

En este contexto, los rubros preferidos fueron: el tejido, la alfarería y las artesanías en metal, en tanto las de cuero tienen como primeros destinos Perú, México y Bolivia, seguidos por la Unión Europea, con compras de artesanías en madera. Concluye dicho informe citando a los países del NAFTA como compradores de productos en asta, hueso y cuerno.

De acuerdo con el trabajo y objetivos que persiguen los distintos organismos que asisten al sector, y las misiones al exterior con artesanos desde 2005 en adelante que impulsa el CFI a través de sus programas de Cultura y de Red de Artesanías, se rescata el espíritu de incorporar diferenciación incorporando la gestión del diseño y calidad a los productos, adaptando las artesanías a los gustos de los consumidores en el exterior. Así también la elaboración de nuevos productos realizados con materiales locales tradicionales y técnicas ancestrales u originarias que pudieran brindar valor.

De este modo se viene imponiendo que el sector artesano fije su estrategia comercial para el mercado externo en función de las virtudes estructurales del producto, es decir, de factores determinados por la agregación de valor cultural tanto como la funcionalidad, en los cuales la competencia es muy significativa como lo es igualmente el aspecto económico, relativo especialmente a precios.

Sin embargo, la aspiración de exportar el producto artesanal se desvanece cuando el artesano se enfrenta con diversas dificultades, especialmente con aquellas que están más directamente relacionadas con el proceso mismo de las exportaciones.

A este renglón apuntamos con la confección de la presente guía. Buscamos un instrumento facilitador que le permitirá al pequeño productor conocer distintas alternativas posibles y determinadas por los diversos factores que intervienen en un proceso de exportación.

En la Argentina, a partir de 2002, las instituciones gubernamentales y el CFI, a través de su programa de Exportaciones, está trabajando por el desarrollo de las exportaciones atendiendo la importancia que tienen para la actividad económica del país. De esta manera se tiende a la consolidación de mecanismos que estimulen su incremento, con el propósito de fortalecer y modernizar el aparato productivo en función del crecimiento y di-

versificación de la oferta exportadora y la acogida en los mercados de destino y así aumentar el ingreso de divisas y lograr un desarrollo equilibrado de nuestras economías regionales.

Particularmente, esta Guía para Exportar Artesanías comprende una amplia ilustración sobre las condiciones generales de exportación, describiendo los pasos a seguir en cada operación exportadora. Igualmente se indicará una serie de preferencias arancelarias en mercados externos que bien pueden ser aprovechadas por el productor artesanal de manera especial.

También, en este trabajo se señalan los beneficios definidos por las políticas estatales de estímulos a las exportaciones y su diversificación, representados por los incentivos fiscales, la exención del IVA y los gravámenes a las exportaciones. Hechos que significan oportunidades de fortalecimiento de las inversiones en la producción con destino a la exportación.

Paralelamente el CFI a través de sus UEPs, viene elaborando un Registro de Productores Artesanos y en el marco de la cooperación técnica, brega por una reglamentación definitiva de la Denominación de Origen y la Certificación de las Artesanías. Al respecto, distintas provincias (Salta, Catamarca, La Rioja y Jujuy, entre otras) han generado leyes provinciales con este fin, pero aún adolecen de una reglamentación definitiva, tema que resulta sumamente importante para acceder a las mencionadas preferencias arancelarias.

En función de este Registro, se ha advertido una serie de productos artesanales que nos ha permitido catalogar los oficios, los cuales fueron definidos permitiéndonos elaborar una "Codificación de los productos artesanales". Este conocimiento será de utilidad a la hora de inscribirse como exportador y al momento de enviar sus productos.

Así también, es menester informar que a través de la Resolución 22/2005 referida al Certificado Nacional de Artesanía, el Consejo Federal de Inversiones es consultor técnico del Mercado de Artesanías Tradicionales Argentinas -MATRA- y del Instituto Nacional de Antropología y Pensamiento Latinoamericano -INAPL- dependiente de la Dirección Nacional de Patrimonio y Museos (ver Anexo).

## La Guía

Como resultado de las acciones mencionadas y que se vienen diseñando en el Área FIDER-CFI, orientadas al fortalecimiento y desarrollo del Sector Artesanal, se promovió la presente guía en el año 2003, cuyo documento que ilustre fácilmente los caminos administrativos y legales que permiten exportar artesanías.

La elaboración de la Guía para Exportar Artesanías, conjuntamente con una Codificación de los Productos Artesanales tiene como propósito contribuir a definir una clasificación de los productos de exportación cuyo registro sea relativamente manejable por parte de los artesanos y de los comercializadores que ponen en práctica iniciativas de exportación.

## Objetivos

1. Servir como guía de los trámites que el exportador de artesanías debe realizar ante las diferentes entidades del Estado.
2. Ofrecer algunos elementos para la comprensión de la actividad exportadora, y contribuir con ello en facilitar las exportaciones de las artesanías.
3. Suministrar la información relevante sobre las exportaciones nacionales desde el punto de vista legal y de procedimiento.
4. Definir el oficio artesanal y el producto artesanal argentino conjuntamente con su clasificación, para facilitar especialmente el proceso de determinación y/o denominación de origen.
5. Promover la exportación de artesanías y el acceso a las preferencias arancelarias mediante el Registro de Productores Nacionales, la Oferta Exportable y la determinación del Origen para Artesanías.

## Situación nacional

El sector artesano tiene una serie de problemas estructurales entre los que se destaca la reducida dimensión de las unidades de producción, generalmente asociadas a limitaciones técnico administrativas que, a su vez, tienen que ver con los niveles de escolaridad y que constituye fuente notable de dificultades para su desarrollo.

En algunas provincias, sobremanera en las pequeñas comunidades del interior, los bajos niveles de escolaridad se relacionan con el hecho de que el aprendizaje de los oficios artesanales es de carácter informal y se da especialmente en el contexto familiar y por la iniciativa personal, mediante la participación directa en los procesos productivos. El carácter de su aprendizaje es altamente informal y se concentra en el aspecto técnico del proceso y en el aspecto formal del producto, donde juega papel preponderante la intuición potenciada por el ejercicio cotidiano del trabajo.

En aquellas otras, en que el sector se mueve en relación con sus ciudades capitales, cambia esta observación, pero también tropiezan con la falta de capacitación en comercialización y/o por sus profundos conceptos con relación a la identidad y el respeto por lo autóctono y tradicional, definiendo en más de una ocasión, que aquello que no responde a estos principios son meras manualidades. Marginalmente a estas disquisiciones, ambos viven y alimentan a sus familias con lo producido por la venta de sus artículos.

Las producciones artesanales constituyen hoy más que nunca un recurso económico de nuestro Patrimonio Cultural, que se ha ido transformado en un valor comercial compitiendo junto al mercado turístico, aportando a cada territorio una oferta y una personalidad diferenciada.

Las artes populares y la artesanía, que ocupan un pequeño fragmento de este espacio que convoca en la América hispana a más de veinticinco millones de personas y en la Argentina, apenas a unas doscientas mil (MATRA, 1997), no representan un tema menor. La falta de registros fiables y actualizados sobre la población artesana argentina hace que tal cifra sea absolutamente relativa. La falta de registros fiables y actualizados sobre la población artesana argentina hace que tal cifra sea absolutamente relativa.

En cuanto a su situación concreta, podría decirse que se trata, globalmente, de un sector de la población nacional que cuenta con menores recursos y que se encuentra en una situación socioeconómica deficitaria, ya sea por el carácter informal de la producción y la comercialización, por su ubicación geográfica en áreas marginales o por su inserción deficiente en las estructuras productivas. En ese contexto, los productos artesanales van multiplicando su carácter de mercancía, bajo el estímulo de las políticas di-

rigidas a intensificar la producción meramente comercial o para los mercados externos, dejando a un lado la importancia que tienen para la cohesión sociocultural y la identidad de los productores. Este fenómeno se extiende rápidamente a medida que las comunidades indígenas, tradicionales y campesinas transitan de una economía de subsistencia a otra de dependencia creciente de los bienes de la civilización industrial. La superposición de recursos productivos insuficientes no hace más que agravar el problema para aquellas comunidades donde las prácticas económicas tradicionales constituyen factores de inferioridad competitiva, y cuya capacidad de responder a la dinámica de los movimientos económicos globales tiende a ser cada vez más débil.

Como se aprecia, el panorama de la producción artesanal argentina no puede ser más confuso, si bien su grado de estaticidad ha recibido un fuerte impacto a partir del ingreso del turismo internacional, fuente sobre la que descansa su actual recurso de comercialización (ingresos al país 2004-2005 = 3,3 millones de turistas). Como la artesanía representa una actividad vinculada íntimamente con la economía informal, sólo un pequeño sector de los productores ha avanzado para convertirse en pequeños talleres parcialmente formalizados y, en algunos casos, en microempresas de producción o comercialización artesanal. La mayor parte de los artesanos de nuestro país, ya sean indígenas, rurales o urbanos, se encuentran en esta situación. A diferencia de los conceptos clásicos del comercio informal (ambulatorio o itinerante) los artesanos rurales e indígenas se mantienen por lo general alejados de las normativas comerciales y de la legislación impositiva vigente, y esto también sucede con un importante sector del artesanado urbano.

### Definiciones

La producción artesanal, en cuanto oficio artesano, se define como el conjunto operativo, integral y sistemático de procesos producción de bienes, los cuales se enmarcan en el saber y las destrezas adquiridos y desarrollados por la tradición sociocultural de los pueblos. En otras palabras, es la estructura de un sistema de trabajo en el que se aplica la misma clase de conocimientos y destrezas, como consecuencia de utilizar el mismo tipo de máquinas, herramientas y procedimientos para la transformación de la misma selección y género de materia prima,

y obtención de productos de función y usos semejantes. El oficio artesanal constituye una clase de procesos productivos que, a su vez, pueden comprender líneas específicas de producción. En síntesis, en una actividad especializada de trabajo productivo.

Así, de acuerdo con la estructura funcional del quehacer productivo artesanal, se ha buscado describir la relación que existe entre las materias primas y la técnicas con que se procesan, para alcanzar el carácter estético y/o funcional de los productos que, a su vez, comprende un inventario diferenciable de la producción de otros niveles técnico económicos de la generación de bienes que constituyen la fuente de exportaciones menores.

En consecuencia con lo anterior y como ya se adelantara, se viene efectuando en el marco del CFI un Registro de productores artesanales y la correspondiente Oferta exportable sumado al Origen de los productos potenciales de exportación. Con este registro se ha confeccionado un listado de oficios artesanales y se ha procedido a catalogar sus productos, en función de dichos oficios, los modos productivos, las herramientas y de los materiales intervinientes. Esto se presenta en los capítulos 14 y 15 (A.-V)

## Clasificación

Los criterios anteriores a su vez, indican que lo artesanal tiene claramente determinada una instancia práctica que corresponde al orden estructural del oficio (cuyo quehacer ordenado se materializa e identifica en el producto), y un marco de reflexión cuya mayor síntesis está dada por la definición de artesanía y por su clasificación.

Es decir, el concepto de artesanía, a su vez, se enmarca en la definición de oficio artesanal, en el cual se resalta la gran diversidad de especialidades en que se concreta su potencial creativo. Este hecho hace que un listado o una clasificación de oficios artesanales, en cada caso particular, constituya una propuesta con un propósito específico que persigue destacar, por ejemplo, el empleo de materias primas, para señalar su especial relación con los recursos naturales como su fuente principal, o la preponderante presencia de la fuerza de trabajo humana, no solo en términos de cantidad sino, también de calidad estética. Hasta tanto la nueva Ley de Artesanías y su respectiva reglamentación sean promulgados definimos la

artesanía y sus diferentes clases de la siguiente manera:

**Artesanía:** Actividad de transformación para la producción creativa de productos específicos que cumplen una función utilitaria, la cual se realiza a través de la estructura operativa de los oficios y se lleva a cabo en pequeños talleres, con baja división social del trabajo y el predominio de la energía humana, física y mental, generalmente, complementada con herramientas y máquinas relativamente simples. Esta actividad está condicionada por el medio geográfico, que constituye la principal fuente de materias primas, y por el desarrollo histórico del marco sociocultural donde se desarrolla y al cual contribuye a caracterizar.

**Productos artesanales:** Los productos artesanales son los producidos por artesanos, ya sea totalmente a mano o con la ayuda de herramientas manuales o incluso medios mecánicos, siempre que la contribución manual directa del artesano siga siendo el componente más importante del producto acabado. Se producen sin limitación por lo que se refiere a la cantidad y utilizando materias primas procedentes de recursos sostenibles. La naturaleza especial de los productos artesanales se basa en sus características distintivas, que pueden ser utilitarias, estéticas, artísticas, creativas, vinculadas a la cultura, decorativas, funcionales, tradicionales, simbólicas y significativas religiosa y socialmente".

**Artesanía indígena:** Es la producción de bienes útiles, rituales y estéticos, condicionada directamente por el medio ambiente físico y social, que constituye expresión material de la cultura de comunidades con unidad étnica y relativamente cerradas; realizada para satisfacer necesidades sociales.

**Artesanía tradicional popular:** Es la producción de objetos, resultante de la fusión de las culturas americanas y europeas, elaboradas por el pueblo en forma anónima, con dominio completo del material, con elementos predominantes propios de la región, transmitida de generación en generación, que constituye expresión fundamental de su cultura y factor de identidad de la comunidad.

**Artesanía contemporánea o neoartesanía:** Es la producción de objetos útiles y estéticos desde el marco de los oficios y en cuyos procesos se sincretizan los elementos técnicos y formales procedentes de otros contextos

socioculturales y otros niveles técnico económicos; culturalmente, tiene una característica de transición hacia la tecnología moderna y/o la aplicación de principios estéticos de tendencia universal y/o académicos y tiende a destacar la creatividad individual expresada por la calidad y originalidad del estilo. Generalmente se desarrolla en los centros urbanos.

Teniendo en cuenta estas definiciones y el aspecto práctico del quehacer artesanal, cada oficio aparece descrito en el "listado de oficios artesanales" en función de los correspondientes grupos de materias primas que se transforman, como su especialidad; sus procesos técnicos de transformación y los productos que se elaboran.

Por último, se indican los cuatro primeros dígitos (de los diez obligados para las exportaciones) de las posiciones arancelarias establecidas por la normatividad aduanera, con las que se facilita la determinación de los seis dígitos finales con los que se identifica de manera particular cada género o línea de productos.

**Artesano:** Se considera artesano a la persona que ejerce una actividad profesional creativa en torno a un oficio concreto en un nivel preponderantemente manual y conforme a sus conocimientos técnicos y a sus habilidades técnicas y artísticas. Trabaja en forma autónoma, deriva su sustento principalmente de dicho trabajo y transforma en bienes o servicios útiles su esfuerzo físico o mental.

### Categorías de artesanos:

**a) Aprendiz:** Es la persona que se inicia en el proceso de capacitación manual técnica, de asimilación y ejercitación artística dentro de un taller artesanal - lugar donde el artesano tiene instalados sus elementos de trabajo para lograr un proceso autónomo e independiente de producción de objetos artesanales y prestación de servicios de conformidad en el índice de oficios artesanales donde existe una baja división del trabajo con una función múltiple de creación, enseñanza y organización bajo la orientación de un instructor o de un Maestro Artesano debidamente acreditado;

**b) Oficial:** Es el artesano con capacidad manual y técnica para la elaboración de objetos, de un oficio artesanal específico, sin ser considerado creador en cuanto al diseño y a su expresión estética, y quien ejecuta su labor en forma automática;

**c) Instructor:** Es el artesano cuya experiencia, capacitación, preparación manual y técnica, y nociones pedagógicas, le permiten impartir conocimientos teóricos y prácticos en relación con la producción artesanal en un oficio concreto;

**d) Maestro Artesano:** Es la persona que tiene conocimiento pleno de la artesanía en su especialidad; además posee condiciones de originalidad y creatividad en las técnicas, el diseño y la producción artesanal.\*

Hay que aclarar que, según el contexto en el que se hable de la artesanía, esta deberá ser entendida en un sentido amplio. Es decir, no solo como la actividad tal como ha sido definida aquí, sino también como un concepto omnicomprendido del sector artesanal en general, tanto a la actividad como al artesano y al producto artesanal.

### Perspectivas de los mercados

Los mercados internacionales están demandando cada vez más las artesanías como elementos diferenciados en un mundo globalizado. Sin dudas países como México, Perú, Guatemala y Colombia en Latinoamérica, se presentan como líderes en este intercambio, por la calidad y cantidad de sus productos. Particularmente México y Perú (centros de civilizaciones precolombinas) por ser países líderes en convocatoria del turismo Internacional, son vendedores naturales de artesanías.

En función de la experiencia con el sector, el registro de artesanos en marcha y la visita a los talleres artesanales que tienen tradición y representatividad por los logros de su producción, para recoger información sobre el comportamiento de la producción y la comercialización, se llega a la conclusión de que un número significativo ha tenido la oportunidad de conocer un cliente potencial en el exterior, cuyos contactos ha logrado a través de eventos feriales, como la Feria Internacional de Artesanías (Córdoba), Feria de Artesanías de Colón (Entre Ríos), Feria del Poncho (Cataratas) y los Mercados Artesanales de Salta, Neuquén, Buenos Aires (MATRA), La Pampa y Río Negro, entre otros.

\* Observada en el Estatuto Colombiano del Artesano por el Centro de Comercio Internacional UNCTAD/OMC (CCI) y la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) en la ciudad de Manila, Filipinas, a finales de 1997, en el marco del Simposio Internacional sobre "La artesanía y el mercado internacional : comercio y codificación aduanera".

De cada diez artesanos que consiguen contactos comerciales para el exterior, solo dos logran realizar una o dos exportaciones. Cuando el artesano o pequeño grupo de artesanos, tienen que asumir todo el trámite de la exportación, generalmente desfallece frente a las exigencias que constituye ser exportador, frente a la necesidad de registrar una marca o ante el proceso del registro de certificación de origen.

### Artesanía y mercado

Normalmente cuando nos hablan de artesanía, hay quienes opinan que es un recuerdo de un lugar que visitaron, otros que es una obra de arte y también hay quienes piensan que es una tradición cultural. Todo lo dicho anteriormente tiene lógica y es válido, pero dentro de la perspectiva del mercado cada situación requiere una respuesta diferente.

Habitualmente los artesanos primero hacen sus productos y luego los comercializan como si las artesanías se vendieran a un solo segmento de mercado o a un solo tipo de cliente. Uno de los errores habituales de los artesanos es no entender la comunicación de su producto con su respectivo segmento de mercado, dificultando o frustrando su venta.

Solamente imaginemos un souvenir que cueste \$ 5 y a una pieza única difícil de reproducir y de un alto valor estético, que puede costar unos \$ 1.200. Es obvio que las personas que han hecho estos productos se consideren artesanos y por lo tanto sus productos son artesanías, pero ambas van a distintos segmentos de mercado y por consiguiente las necesidades que le plantean los mercados a estos dos artesanos están en vías opuestas.

Lo que debemos entender es que no podemos vender productos artesanales si no sabemos con certeza a que segmento de mercado lo vamos a dirigir.

El siguiente cuadro presenta los distintos tipos de artesanía de acuerdo con el segmento de mercado a la cual es vendida:



### Artesanía de vanguardia

Es la artesanía que se adapta a las necesidades del mercado para efectos de decoración, ambiente o moda. Su concepto es renovado constantemente debido a que se rige por las tendencias de la moda y del color.

### Artesanía de pieza única

Se caracteriza por no poder ser producida en serie. Su valor lo determina el mercado por el mensaje de la obra, la calidad y detalle de su confección. Por su carácter individual no puede ser desvinculada del artesano que la hizo y se relaciona por varias características con las obras de arte.

### Artesanía urbana o de souvenir

Es la artesanía dirigida a un mercado local, en algunos casos puede significar el recuerdo de la visita a un lugar turístico. Debe entenderse que souvenir no es sinónimo de mala calidad; muy por el contrario, es el detalle de algo bien hecho, de precio módico que alguien puede utilizar como recuerdo u obsequio.

### Artesanía tradicional

Es aquella artesanía propia de un determinado grupo humano que habita un lugar geográfico. Personaliza y representa fuertemente las costumbres y tradiciones, de esas comunidades tanto en sus formas como en sus colores. Sus diseños pueden contener un mensaje icónico. Inicialmente estas artesanías cumplían un rol eminentemente funcional en la vida diaria de esa comunidad o satisfacían una necesidad espiritual o religiosa. En este grupo se incluyen las artesanías autóctonas.

## Preguntas frecuentes

A continuación puede encontrar las preguntas más usuales que hacen los artesanos en su desenvolvimiento empresarial.

### ¿Cómo hago para vender mi artesanía?

Una pregunta que se efectúa en todos los foros. El artesano, en el marco de su economía informal, sólo observa posibilidades de venta en ferias y exposiciones, en los mercados artesanales provinciales y/o a terceros que, en general, regatean el costo hasta límites imposibles para luego comercializarlos a precios largamente superiores.

En este ambiente, deberá entender qué tipo de producto o artesanía es el que se vende en el mercado. Toda persona que vende debe conocer a la perfección lo que es su producto. Esto incluye un conocimiento de costos, técnicas, presentación, etc. Muchas veces cometemos el error de hacer productos artesanales, pensando que su único canal de venta es una feria y se han acostumbrado a pensar dentro de ese contexto.

Es muy posible que en la feria se vendan productos similares a los suyos, que obviamente son su competencia. Debe tenerse en cuenta que en la artesanía existe mucha copia del producto, y estas copias se hacen siguiendo solamente el criterio de haber visto que otro artesano la vende bien y tenemos como consecuencia un mercado inundado de productos parecidos.

Hay que pensar que el artesano que diseñó un determinado producto, lo hizo porque tuvo una información del mercado que la condujo a hacer ese producto; que es muy posible que sea exitoso para él, pero no necesariamente para otro artesano. Ya que las empresas que desarrollan productos que reproducen otros, tienen la ventaja de conocer con exactitud las características del proceso de producción que les permite abaratar sus costos y copiar la necesidad inmediata de un determinado segmento de mercado. Lo que también ocurre con frecuencia es que los productos que son copiados, posiblemente sigan con un precio mayor y dejen de ser competitivos en el mercado.

Por esto, no hay que olvidar que no se puede vender un producto artesanal, sino se conoce a que tipo de segmento de mercado está dirigido. Esto comienza reco-

nociendo lo que es el producto: pieza única, tradicional, vanguardia o souvenir. Mientras no se sepa en cual de estas vertientes está el producto, será muy difícil venderlo. Es necesario que el empresario artesano evalúe e identifique su propio producto. Una vez que se ha reconocido a qué segmento de mercado va dirigido el producto, se deberá tratar de entender al consumidor que lo compra; esto permitirá al producto responder a la necesidad de su mercado objetivo.

### ¿Es importante el diseño en mi producto?

Es importante en la medida en que el mercado lo exija. En el desenvolvimiento actual de la artesanía, existe una tendencia o moda del diseño como un elemento importante de posicionamiento del producto. Este razonamiento es válido siempre y cuando se consideren determinados factores colaterales o inherentes al desarrollo del diseño.

Existen empresas que contratan diseñadores, con la creencia que al tener nuevos productos diseñados se venderán por sí solos. En la práctica esto no necesariamente es así. Para que un producto diseñado funcione en el mercado, dependerá de la información que el empresario artesano y el diseñador tengan de este mercado. Si esto no se da, es muy posible que los productos que se diseñen no sean vendidos y se generarán las lógicas frustraciones.

Lo que debe aprender todo empresario artesano es a "tener el ojo del cliente"; es decir, ponerse del otro lado del mostrador y entender qué haría si fuera el comprador. Esto significa dejar los egos de lado y ciertas cuestiones personales en su decisión a la hora de hacer artesanías. Esto es producir lo que el mercado solicita y no lo que uno quiere hacer. Es pensar que en definitiva, y más allá de los valores de sus productos, son artículos para vender y de los cuales consigue el sustento cotidiano para usted y su familia.

Algo que todo empresario debe entender es que no se debe diseñar por diseñar, sino que debe ser parte de la propia exigencia del mercado. Por decir, si yo hago productos tradicionales y los vendo bien en el mercado, no tiene sentido que los rediseñe y los transforme en un producto de vanguardia. Sin embargo, si aprecio que tengo un producto que es exitoso en el mercado y comienza a disminuir su demanda, tendré que pensar que

debo rediseñarlo porque todo producto tiene un ciclo en el mercado y a lo mejor éste ya está cumpliendo su ciclo. Ahora si yo tengo un producto nuevo que recién introduzco en el mercado y no logra posesionarse, es porque no satisface la necesidad de ese mercado y tendré la necesidad de redefinirlo para lograr mi objetivo comercial. En todo caso no debe olvidarse que el diseño sin información de mercado, es muy probable que no funcione.

### Mejores prácticas

*Quizá el principal problema que tiene la artesanía es el producto, entendiéndose como producto al resultado de un conjunto de requerimientos que deben satisfacer a un mercado, como es la funcionalidad del producto, volumen de producción, costos de producción, tiempos de entrega, precios, etc. Términos que nos pueden parecer que no son apropiados a las características y desenvolvimiento de nuestras artesanías, pero que sin embargo representan las reglas de juego que rigen los mercados internacionales; y en donde nuestra artesanía tiene que luchar en espacios cada vez más competitivos.*

El gran valor agregado de nuestras artesanías se explica porque están elaboradas a mano, y este valor agregado debe resaltar aún más en aquellos detalles donde la hechura a mano es más trascendente o notable. Es decir, el artesano debe concentrar su habilidad manual en ciertos aspectos vitales de su proceso de producción, que él debe evaluar y seleccionar. Por lo demás, si una máquina o equipo puede facilitar aquellos procesos de producción, donde la mano de obra no es relevante, deben ser bienvenidos.

Esta incorporación de nuevas tecnologías, en beneficio del sector artesanal, debe ser desde la perspectiva de no generar un rompimiento en su proceso de desarrollo. Es decir, si se va a utilizar una tecnología de punta es conveniente que ésta quede como un soporte externo del taller de producción. Además, si es necesario incorporar tecnología dentro del taller de producción, es más conveniente que este mejoramiento parta de la propia tecnología del taller y la adecue a las necesidades de la producción actual.

Es interesante comentar el caso de los telares horizontales, desarrollados por el área tecnológica de AIDECA



Telares a mejorar

PERÚ que, partiendo de los telares tradicionales, han propuesto un nuevo telar que tiene las siguientes características:

- Un sistema de marcos cuyo cuadro de comando está en la parte superior del telar y no en la parte inferior como en los telares tradicionales.
- Un sistema de disparo de lanzadera mediante unos pedales, que permite un mayor avance en la trama y en todo el proceso de tejido.
- Un sistema de ajuste en el carrete del urdido que da una tensión uniforme al tejido, y aumenta su calidad.
- Un diseño ergonómico y estructural del telar que permite una mayor estabilidad y estética de conjunto.

### ¿Qué es un Artesano Empresario?

Entendemos como artesano empresario a la empresa que comprende tanto al artesano que produce como al que comercializa la producción, ya sea en el mercado local o en el exterior. Este es un ambicioso proyecto que se intenta ejecutar en muchos países y que tiene como objetivo apoyar el desarrollo empresarial de los talleres de producción y de las empresas comercializadoras emergentes, que pueden existir en el sector socioeconómico conocido como Artesanías.

Para lograr el objetivo de desarrollar este sector, dentro de este proyecto "artesano empresario", se aplica generalmente una estrategia de tres componentes:

1. Democratizar el acceso a la información de interés. A través de Internet, poner a disposición del sector artesa-

nal información que contribuya a su desarrollo. Esta información está contenida en varios sitios en Internet.

2. Diseñar módulos de capacitación en gestión empresarial, pensados especialmente para la realidad de la artesanía.

En el marco del CFI hemos diseñado seis módulos de entrenamiento:

- El mercadeo de las artesanías
- Costos y precios. Fijar precio. El precio justo
- Preparándose para el mercado internacional
- Aplicación de la gestión del diseño
- Producción e incorporación de una posible tecnología.
- Empaque, embalaje y embarque.

Además de estos seis módulos principales, pueden existir otros módulos adicionales que completarán de mejor modo la currícula de un Artesano Empresario.

3. Proponer nuevas estrategias de comercialización para el sector.

Este tercer componente busca proponer y establecer nuevas relaciones o mecanismos de comercialización, mediante los cuales se logre un mejor posicionamiento de la artesanía en el mercado nacional y el internacional.

Para el desarrollo de este proyecto, debe sumarse al conocimiento y contactos que tenga el CFI y también el MATRA, una alianza estratégica con The Crafts Center, organismo privado norteamericano cuya potencialidad está reflejada en su conocimiento y contactos con el mercado norteamericano. Además, las entidades que financian estos proyectos: AVINA, Banco Mundial, Comunidad Iberoamericana de las Artesanías y Fundación Cultural Española.

Establecer contactos con AIDECA Perú, con Artesanías de Colombia, con FERIART, etc.



## Entidades

**Mincetur:** Organismo gubernamental que tiene como visión lograr el desarrollo del Turismo, el Comercio Exterior y las Artesanías, sectores socioeconómicos claves de la sociedad peruana. [www.mincetur.gob.pe/artesania/promoartesania](http://www.mincetur.gob.pe/artesania/promoartesania).  
[www.artesaniasdelperu.gob.pe](http://www.artesaniasdelperu.gob.pe)

**World Bank:** Promotor inicial del Artesano Empresario a través de su concurso de Innovación de Desarrollo de Mercados.  
[www.bancomundial.org](http://www.bancomundial.org).

**La Fundación para el Desarrollo de las Artesanías-FUNDART:** Es un institución creada en 1994 con el propósito de contribuir al enriquecimiento de la capacidad empresarial, técnica y productiva de los artesanos.  
[www.fundart.org.ar](http://www.fundart.org.ar)

**The Crafts Center:** Entidad sin fines de lucro con base en Washington DC que da servicios a artesanos de bajos recursos en el mundo.  
[www.craftscenter.org](http://www.craftscenter.org)

**AVINA:** Organismo de apoyo a proyecto de desarrollo que ha financiado el diseño de los módulos de gestión de Artesano Empresario, así como las pruebas de campo en Perú.  
[www.avina.net](http://www.avina.net)

**COMUNIDAD IBEROAMERICANA DE LA ARTESANIA:** Organismo promovido por la Cooperación Española, que busca crear espacios de discusión y análisis de la problemática artesanal y que ha facilitado la prueba de los módulos de Artesano Empresario a nivel latinoamericano.  
<http://www.fundesarte.org/new/ES/>

**FUNDACION ESPAÑOLA PARA LA ARTESANIA:** Organismo de la Cooperación Española que ha facilitado las pruebas de los módulos de Artesano Empresario a nivel latinoamericano, así como estas web [www.fundesarte.org/new/ES/](http://www.fundesarte.org/new/ES/)

**Artesanías de Colombia S.A.:** Ha creado un sistema de información para la artesanía: SIART. Se trata de un sistema de información integral creado para ofrecer, vía Internet, información, capacitación y asesoramiento a los diversos actores vinculados o interesados en el sector artesanal. Su finalidad es contribuir a la competitividad e inserción del sector en los mercados nacionales e internacionales.  
[www.artesaniasdecolombia.com.co](http://www.artesaniasdecolombia.com.co)

**[http://artesaniasargentinas1.blogspot.com:](http://artesaniasargentinas1.blogspot.com)** Un blog que impulsa acercar aspectos relacionados con el Sector. Inicialmente incursiona en un panorama general: Organismos que cooperan con los artesanos, sus programas, sus alcances; breve descripción de fortalezas y debilidades; definiciones; ley de artesanías; otros actores, eventos y comentarios.



## El Mercado internacional\*

### Trascendencia de la exportación para el sector

A continuación abordaremos algunas pautas y sugerencias previas, que luego analizaremos según el avance del informe. Las mismas se afirman en otro documento del CFI cuyos autores figuran al pie y en el apartado Bibliografía.

Frente a las nuevas coyunturas y sobremanera la inserción del mundo global en nuestras vidas; los medios de comunicación satelital, Internet, etc., hacen prioritario buscar nuevos mercados.

Nuestro país cuenta con pocos habitantes con relación a su superficie, y no tiene una unidad económica sostenible. Por lo tanto, es imperativo participar con nuestras producciones en mercados internacionales.

A través de esta participación se logra diversificar los riesgos antes mercados internos inestables y atenuar los efectos de problemas macroeconómicos ya mencionados a lo largo del informe; se promueven operaciones con economías a escala, de modo tal que se exploten mejor las instalaciones existentes y se beneficia un nivel de producción con menores costos unitarios; participar en una operación de exportación o ser un eslabón de dicha cadena de exportación en general son una fuente de crecimiento y consolidación de cualquier empresa, mas aún si los mercados internos son extremadamente competitivos.

En realidad, la exportación no tiene relación con la dimensión determinada de una empresa, aunque pueden existir algunos bienes y servicios en los que se requiera de capitales y la capacidad de coordinar recursos humanos en magnitudes importantes. No es nuestro caso y de

hecho que existen empresas microartesanales, pequeñas, medianas y grandes que se dedican a la exportación. Los componentes prioritarios para poder exportar como artesanos son: incorporación de la calidad en el producto y precio competitivo en el mercado destino. No señalizaremos volumen en nuestro caso, pero si tuviéramos una solicitud de magnitud, debe apreciarse la oportunidad de asociarse con otros artesanos y visualizar la oportunidad de incluir un servicio posventa, cuando sea necesario.

Para lograrlo se requiere de un compromiso con la calidad, ser creativo y actuar con profesionalidad.

La incursión en los mercados internacionales por parte de los artesanos, no resulta fácil, sobre todo en mercados más cercanos, de rápido crecimiento y afines culturalmente, donde se compite con productos medianamente similares, no resulta aconsejable. Sin embargo se sugiere iniciarse en mercados donde pueda adquirirse experiencia a un menor costo.

La exportación para las microempresas y pymes es una actividad de mediano y largo plazos que exige una adecuada planeación de los recursos. Se debe exportar cuando se tenga la capacidad de diseño, programación, producción, comunicación, empaques, envíos y administración, entre otras, conforme a los requerimientos del mercado internacional.

En el caso de los artesanos está más ligada a oportunidades comerciales y al comportamiento del turismo. Antes incluso de que considere exportar, y como primera medida, seleccione cuidadosamente el producto y el mercado deseados, basándose en una investigación previa de escritorio y acercándose a los organismos públicos, mixtos o privados que puedan facilitarle información.

Como ya lo mencionamos, una vez decidido el mercado, deberá estudiarlo, incluyendo una investigación de

---

\* CFI: Guía Exportar para Emprendedores - Celman Ana Luz, Arrúa Omar, Peirano Sandra, Rodríguez Patricia y Williams Alicia. 2009 - (puede ser en Internet [www.cfire.org.ar](http://www.cfire.org.ar)).

campo allí. El comercio exterior tiene dificultades que usted debe estudiar para soslayarlas: no es lo mismo que vender en el mercado interno. No haga su primer viaje al mercado para vender o negociar, sino para mejorar su preparación para entrar en dicho mercado. El CFI le proporciona herramientas para esta investigación a través de alguna misión comercial del Sector y capacitaciones varias al respecto cuando son solicitadas a través de las autoridades y organismos de su provincia.

Los errores más comunes al momento de exportar que le puede resultar importante advertir: Si bien se refieren más a las pymes y no a las incumbencias de una pequeña microempresa artesana, de todos modos es bueno conocer: falta de evaluación de la capacidad de internacionalización, no considerar aspectos de las diferencias culturales, falta de investigación acerca del mercado, selección errada del socio comercial, falta de conocimiento de las barreras en los países importadores y en el exportador; no efectuar la investigación, registro y monitoreo de la marca, elaboración de contratos sin considerar la legislación y la práctica del país extranjero, extrema diversificación de los mercados, falta de conocimiento de las normas de defensa del consumidor, no contar con una estructura adecuada para gerenciar la exportación y falta de presencia en el mercado.

### Información básica e investigación de mercados

Iniciar la actividad de exportación requiere de la recolección y procesamiento de mucha información. La que se presenta a continuación corresponde a diversos niveles: interno, sobre el mercado internacional, sobre el producto, el mercado en particular y la competencia.

#### Información en un nivel interno:

- Exploración de los programas de las instituciones de promoción del comercio exterior (visitar los Programas de apoyo).
- Revisión de los programas de las entidades públicas relacionadas con el comercio exterior.
- Estudio de los programas de las Cámaras sectoriales activas en materia de exportación.
- Investigación de la legislación sobre exportaciones.
- Revisión de acuerdos bilaterales y multilaterales firmados por el país.

- Relación de empresas especializadas en comercio internacional.
- Reconocimiento de las actividades de las instituciones de capacitación en temas de comercio internacional.
- Observación de las actividades de las instituciones financieras capacitadas para actuar en los mercados internacionales.
- Consideración de estadísticas de comercio exterior.

#### Información sobre el mercado internacional

- Análisis de la información de la coyuntura internacional.
- Exploración de los acuerdos internacionales.
- Estudio y seguimiento de los movimientos cambiarios.
- Investigación y seguimiento de los países más activos en la promoción de importaciones.
- Seguimiento de ferias internacionales.

#### Información específica sobre el producto, el mercado en particular y la competencia

- Conocimiento de las materias primas, insumos utilizados y prohibidos.
- Determinación de los diseños, modas e influencia de condiciones climáticas.
- Exploración sobre la gama de modelos presentes.
- Sondeo y análisis de las normas técnicas, de calidad para protección del consumidor y reglamentos sanitarios aplicables.
- Indagación sobre los colores preferidos y los que se deben evitar.
- Observación del tamaño (dimensiones), atributos materiales, requisitos sobre la duración del producto, instrucciones para el uso y ajustes ergonómicos.
- Claridad sobre los grados de seguridad.
- Investigación sobre los sistemas de transporte, envases, embalajes, identificación y rotulaje.
- Determinación de la estructura arancelaria aplicable.
- Claridad sobre el perfil de los usuarios y la imagen de marca deseada.
- Evaluación de costos de producción y de precios aceptables.
- Determinación de servicios exigidos por los consumidores.
- Precisión sobre competidores, prácticas desarrolladas y evaluación de reacciones probables.

## El ingreso y las formas de gestión en el mercado

Existen diversas formas de ingresar y operar en el mercado internacional. Entre las diferentes modalidades destacan las siguientes: vendedor directo, filial de venta, ferias y exposiciones internacionales, ventas por correo, consorcio de exportación, agente en el exterior, distribuidores, agente de compras, brocker, piggy back (utilizar sistemas de distribución de otros productores), jobber (mayoristas), comercializadoras, intercambio compensado, licitaciones internacionales, operaciones por medio de zonas francas, coinversiones (asociaciones), ensamblaje y contrato de manufactura.

## La organización para la exportación

### El consorcio de exportación:

Una opción razonable para que las microempresas artesanales y pequeñas empresas exporten es la creación o participación en consorcios de exportación. Estos consorcios, que agrupan empresas para establecer sinergias, aumentan la competitividad de los productos comercializados y reducen los riesgos y costos de la internacionalización.

La creación de un consorcio de exportación puede ser importante debido a: la falta de volúmenes de producción que interesen a grandes compradores, la escasez de personal calificado en las técnicas de la exportación, ausencia de información sobre mercados; falta de poder contractual con los proveedores, clientes, bancos y entidades gubernamentales, la falta de capital para inversiones en mejoras a la calidad de los procesos productivos, de la promoción de ingresos en los mercados y de la capacitación; falta de una marca propia, y para compartir costos y riesgos.

### Claves a tener en cuenta:

En la Guía, que sigue a este capítulo introductorio, ampliaremos los puntos claves que debe tener en cuenta el artesano o la comunidad artesana al momento de vender sus productos. Sin embargo, nos adelantamos con algunas primeras conclusiones:

- Familiarizarse con temas como Gestión empresarial, Asistencia técnica, Producción, Mercados.

- Conocer los otros productores de artesanías a nivel mundial en mercados como Asia, África, México y el resto de Sudamérica.
- Realizar un buen estudio de mercado teniendo en cuenta las amenazas y las oportunidades.
- Es importante escoger los mercados cuidadosamente, desarrollar estrategias bien pensadas y que rindan buena retribución, que no exijan volúmenes de producción que excedan su capacidad de producción.
- Escoger las vías de comercialización: cada mercado tiene exigencias diferentes, pero en términos generales, los mercados coinciden en: apreciar la calidad, apariencia atractiva, originalidad precio razonable
- Conocimiento de los mercados y de los productos que van a ofrecer, así como de los clientes
- Implementar sistema de control de calidad de productos, sistema pago de primas, pago de proveedores que convenga, apoyo en producción, modesto préstamo para materiales, desarrollar relación de confianza
- Es muy importante el carácter exclusivo de materiales, el manejo de los colores, las tradiciones históricas y culturales, el tiempo de fabricación y la forma de cuidar y exponer el producto
- Conocer los factores culturales, ambientales, económicos, religiosos, el perfil de los competidores y el comportamiento del mercado y el producto.
- Los atributos o características para tomar la decisión de compra son diseño, color, acabado, material, calidad, textura, valor cultural, moda; en forma adicional, el comprador cada vez da más importancia o un alto valor al empaque. Estas razones son cambiantes y se mueven con las tendencias de la moda, por ello es fundamente que esté atento a las señales que le ofrece el mercado.



## Guía para exportar artesanías

En este marco y a este conjunto de productores va orientada la presente Guía. Inicialmente mencionamos que toda transacción comercial con compradores del exterior o de zonas comerciales con condiciones especiales, constituye una exportación que implica el envío de una mercancía fuera del país, cuyos procedimientos de remisión están determinados por el Régimen Aduanero que define lo que se entiende por exportación y se prescriben los pasos a dar en cada caso.

Ahora bien, la decisión de insertarse en el mundo de las exportaciones, descansa en el grado de compromiso que el artesano desea contraer. Normalmente, frente a oportunidades comerciales que se le presentan, surge esta necesidad de madurar nuevas formas de vender sus productos.

De este modo, las invitaciones a ferias y exposiciones internacionales, son los primeros detonantes de interés por estos temas, y las misiones que el CFI organiza a solicitud de las provincias, generan la necesidad de buscar estrategias que al artesano le permitan participar en dichos eventos, y que paralelamente se ajusten a su reducido presupuesto.

Por otra parte, el provenir de una economía informal, que en muchos casos, incluso, resulta complementaria de otras actividades, se encuentra con la necesidad de inscripciones en la AFIP y consolidar a partir de allí una ajustada administración contable e impositiva, que en muchos casos no puede sostener.

Por lo expuesto, participar en comercio exterior -y estas misiones no son para artesanos emergentes- y de hecho, la decisión de participar en el mundo global, descansa en haber consolidado su actividad como artesano, con productos diferenciados por calidad, diseño, función, materiales y aplicación de técnicas tradicionales y autóctonas. Son estos productos los reclamados por los potenciales compradores externos, quienes demuestran, hoy por hoy, un gran interés por nuestras artesanías.

Saturados los mercados de productos similares provenientes de otras latitudes del continente latinoamericano (Perú, México, etc.), la artesanía argentina es reclamada por las bondades expuestas, está de moda, es competitiva no solo por su calidad, sino por precio y genera obviamente las expectativas de los productores locales. Paralelamente, los mayoristas del sector, especulan en el mercado interno y generan atrayentes negocios sobremanera en los países europeos y los Estados Unidos, aprovechando las oportunidades mencionadas, en desmedro de los verdaderos productores, la pérdida del origen del producto y los derechos de autor original.

Se suma a esta inquietud la necesidad de nuestro país de reforzar su identidad y la "marca Argentina" y aprovechar estos artículos como un vehículo de parte de nuestra cultura, por ello su difusión. En este cuadro, el maestro artesano, avisado de las circunstancias citadas intenta introducirse, en general, sin una conveniente capacitación. Se desenvuelve del mismo modo en que lo hace en eventos nacionales similares y no aprovecha las oportunidades de negocio que origina la asistencia a una feria internacional.

De hecho, la participación en un evento de estas características, de introducción en comercio exterior, resulta uno de los instrumentos más eficaces en la promoción de exportaciones atento a que permite en este caso al empresario-artesano tomar contacto directo con compradores potenciales de sus productos y, de este modo obtener la mejor relación costo-beneficio en materia de promoción. Es abrir nuevos mercados para sus artesanías, generar relaciones comerciales que le permita en el futuro enviar sus productos. Buscar asociaciones estratégicas, etc., dejando claro siempre y en defensa de su producción, que la misma no debe impulsarse por volumen, sino por su calidad, por los materiales y sobre manera por ser hacha a mano.

Como apreciará, al margen de la lectura de este documento, resulta indispensable la capacitación, a efectos de que el tránsito en el mundo del comercio exterior sea agradable y genere las divisas que usted pretende. A lo largo de los siguientes puntos sortearemos mínimamente aspectos que resultan necesarios para una inserción correcta, a saber:

- ¿Dónde vender nuestros productos?
- ¿A quién venderlos?
- ¿A través de qué canales?
- ¿A qué precio?
- ¿Cómo presentarse?
- ¿Cómo negociar?
- ¿Cómo enviar los productos?
- ¿Cómo cobrar por los productos vendidos?
- ¿Cómo adquirir prestigio y reconocimiento?
- ¿Cómo diferenciarse de la competencia?
- ¿Cómo permanecer en el mercado?
- ¿Con quién asociarse?

En fin, advertidas estas reglas de juego, en el proceso de exportar, usted ya avanzó un segmento importante. Tiene interés e inquietudes, y el cambio lo favorece, aun cuando debe tener en claro desde un principio, que es la competitividad y no el precio el factor de verdadero crecimiento en el mundo global. Es decir, todo aquello que tiene que ver con la buena mano de obra, con la gestión, el conocimiento técnico, el diseño y el marketing.

Pero no es suficiente. Tampoco crea que de la noche a la mañana se convertirá en exportador o integrará algún eslabón de una cadena de exportación. Debe en principio cumplimentar un conjunto de tareas que hacen a la planificación y organización de su empresa.

**Exportación:** Operación que supone la salida legal de mercancías de un territorio aduanero hacia una Zona Franca Industrial o a otro país, y que produce como contrapartida un ingreso de divisas.

Antes que nada conviene advertir que está prohibida la exportación definitiva de bienes que formen parte del patrimonio artístico, histórico y arqueológico de la Nación. Así también el envío de productos realizados con pieles o partes de animales que se consideren en peligro de extinción, cerámicas pintadas con esmaltes plúmbicos, semillas, artículos confeccionados con maderas de bosques en extinción, etc.

Así también sugerimos la contratación de un Despachante de Aduanas quien resolverá gran parte de sus dudas a la hora de iniciar el negocio.

#### **Otras formas:**

Según la experiencia del CFI, la incursión en comercio internacional para el artesano, inexperto en estas cuestiones, es capacitarse previamente, concurrir a exposiciones y muestras internacionales en tanto sean subsidiadas por organismos de la nación y/o sus estados provinciales (por. ej., Euro-Córdoba, Pro-Mendoza, etc.). Aprovechar e informarse de eventos de este tenor al que invitan países como Italia, España y Francia entre otros subvencionados del mismo modo.

Paralelamente, aprovechar otros medios de envío de mercaderías como el uso del correo cuya modalidad es conocida como "courier" y que permite, sin regularizaciones en la AFIP, exportar sus productos con pagos contra reembolso y sin inscripciones en bancos. Los envíos deben ser acotados y en general como exportación única, de muy pequeña escala y nunca como "Urgente". (Ver 14.1. Mercaderías que ingresan o egresan vía courier).

Entre otras empresas, el servicio lo ofrecen: Federal Express, UPS - United Parcel Services, Correo Argentino, DHL Internacional y TNT (una de las más económicas), entre otras.

#### **Artesano inscripto como exportador:**

En este caso, el artesano debe reunir una serie de requisitos e inscripciones con las obligaciones ya citadas, pero le permite ser exportador e importador, realizar envíos en consignación, temporarios, definitivos, etc. Para este caso nos extenderemos en cuanto a los requisitos necesarios

#### **Despachante de Aduanas:**

Como ya se anticipó, es menester en estos casos, recurrir a los servicios de un Despachante de Aduanas. Este es un auxiliar del comercio y del servicio aduanero.

Siguiendo la tendencia al abaratamiento de los costos internos que tiene el artesano exportador o comercializador de artesanía, resulta más económico confiar esas funciones al despachante para efectuar tareas eventuales en el puerto, aeropuerto o en la aduana.

Por lo expuesto debe prevalecer una relación de confianza entre el cliente y el despachante, ya que a este último se le entregan sumas de dinero anticipadas para efectuar pagos por cuenta y orden del importador o exportador. Dicho proceso debe ser totalmente transparente y seguro para dar tranquilidad a ambas partes.

### **Los honorarios del despachante:**

Los honorarios por cobro de sus servicios no acostumbra ser fijos. Es importante tener en cuenta que no existe un honorario establecido, sino que el importe a pagar surge de lo libremente pactado entre el artesano o persona que lo contrata y el despachante. Normalmente alcanza hasta el 3% de lo facturado.

Se establece un monto mínimo y general de honorarios más gastos; entre estos, se consideran gastos de despacho y verificación, fotocopias, formularios, etc. También se tienen en cuenta la complejidad del despacho y de la operación; por ejemplo, si se trata de una mercadería que requiere de muchas intervenciones previas, o si se trata de mercadería peligrosa; esto hará que los honorarios a pagar al despachante sean más elevados.

Una buena recomendación para no equivocarse en la contratación del despachante de aduanas sería considerar las siguientes sugerencias:

- Pida siempre referencias comerciales y verifíquelas.
- Pacte por anticipado los honorarios a pagar por los servicios de despacho.
- Participe del proceso de despacho. Esto le permitirá aprender sus detalles.
- Consulte a su despachante ante cualquier duda.

## **1. Requisitos administrativos**

### **1.1 Trámites obligatorios para el productor y el producto**

#### **¿Los artesanos también pagan impuestos?**

Inicialmente responderemos una consulta que cotidianamente nos formulan. En muchos casos los artesanos están mal informados al respecto y en general “suponen” que están exentos de pagar impuestos.

La realidad es que no están exceptuados, solamente es-

tán exentas las actividades sin fines de lucro. En general, los organizadores de eventos orientados al sector en sus reglamentaciones exigen que los participantes estén inscriptos.

Desde este informe sugerimos registrarse como “monotributista eventual”, ya que se paga un pequeño monto mensual; cuentan con una jubilación, y pagan el 5% de las ventas referidas a ingresos brutos.

En algunas provincias se han formalizado esquemas como el “monotributo social” con miras a fortalecer este sector e incluirlos en una economía formal, por lo que deberán informarse al respecto en las respectivas direcciones de Rentas o sucursales de la AFIP.

### **Inscripción en la AFIP:**

#### **CUIT :**

**El Código Único de Identificación Tributaria (CUIT)** es un código único que se utiliza en el sistema tributario para poder identificar inequívocamente a las personas físicas o jurídica autónomas, susceptible de tributar. Es asignado por la AFIP, para poder confeccionar el registro o censo de las mismas, para efectos administrativo-tributarios.

Podrá consultar la dependencia que le corresponde, ingresando en la página web de la AFIP ([www.afip.gov.ar](http://www.afip.gov.ar)) a la opción “Dependencias”.

### **Allí debe presentar la siguiente documentación:**

- 1) Formulario N° 460/F por duplicado

### **¿Qué información se debe completar en este formulario?**

- Datos de identificación
- Datos Referenciales” (Nombres y apellidos)
- Domicilio real (el que figura en el Documento Nacional de Identidad)
- Domicilio fiscal
- Otros datos” (Teléfono y correo electrónico de contacto)

El titular o la persona debidamente autorizada deberá firmar el reverso del formulario. La firma deberá estar certificada por entidad bancaria, autoridad policial o es-

cribano, excepto cuando sean suscriptos ante algún funcionario de la dependencia de la AFIP en la que se efectúa la presentación, en cuyo caso, éstos actuarán como autoridades certificantes.

Este formulario podrá ser completado en forma interactiva ingresando a la siguiente dirección:

<http://www.afip.gov.ar/genericos/formularios/archivos/interactivos/f460f.pdf>

Las personas físicas deberán efectuarlo de acuerdo al domicilio consignado en el documento de identidad y además aportar al menos dos de los siguientes comprobantes en original para comprobar el domicilio:

2) Documentación respaldatoria requerida para cada caso:

#### **Identidad:**

- Argentinos nativos o naturalizados y extranjeros: original y fotocopia del documento nacional de identidad, libreta cívica o libreta de enrolamiento. Los extranjeros deberán presentar además el original y fotocopia del documento de identidad del país de origen, pasaporte o cédula del Mercosur (de tratarse de un país limítrofe).
- Extranjeros con residencia en el país -incluida la temporaria o transitoria- que no posean Documento Nacional de Identidad: original y fotocopia de la cédula de identidad, o del certificado o comprobante que acredite el número de expediente asignado por la Dirección Nacional de Migraciones, donde conste el carácter de su residencia.

#### **Domicilio Fiscal:**

Certificado de domicilio expedido por la autoridad policial, o acta de constatación notarial, o fotocopia de título de propiedad, o contrato de alquiler del inmueble cuyo domicilio se denuncia, fotocopia del extracto de la cuenta bancaria o del resumen de tarjeta de crédito donde consta dicho domicilio, o fotocopia de la habilitación municipal del inmueble.

El trámite es gratuito y lo puede realizar el interesado o una tercera persona.

#### **Monotributo eventual:**

Es requisito indispensable no facturar más de pesos doce mil (\$ 12.000,00) anuales y está considerado para personas que no facturan en forma constante, sino que realizan su actividad en forma esporádica. De esta manera, el trabajador se asegura el ingreso automático al sistema jubilatorio, pero lo lamentable es que no podrá acceder a una obra social como en otras categorías de monotributo.

Una ventaja de esta categoría es que el pago consiste en el 5% de la facturación cada cuatro meses y consta solo de aportes previsionales, es decir va a su cuenta de jubilación.

El total a pagar es \$ 420 anuales (\$ 35 x 12 meses); si al último cuatrimestre pagase más de \$ 420, se descuenta en el siguiente cuatrimestre.

Por lo expuesto, además de pagar menos, lo hacen de manera acorde a los "ingresos", y de existir un mes que no factura, no es obligatorio pagar ningún concepto a la AFIP.

La inscripción debe hacerse a través del sitio web de la AFIP, una vez obtenida la clave fiscal (CUIT).

Debe presentar la siguiente documentación:

- DNI y fotocopia de sus dos primeras hojas.
- Acreditar domicilio con factura de servicio (luz, agua, etc.).

Si el emprendedor tiene un local, el pago varía de acuerdo con el tamaño del local, y si tiene, en este caso, una obra social. Los requisitos son los mismos.

- El tiempo de demora es de una (1) semana como máximo, y no tiene costo alguno.

A través del sitio web de la AFIP va siguiendo las instrucciones como cualquier monotributista, [www.econoblog.com.ar/179/pasos-para-la-adhesion-al-monotributo/](http://www.econoblog.com.ar/179/pasos-para-la-adhesion-al-monotributo/)

#### **Inscripción en organismos provinciales:**

Para ingresar al sistema tributario provincial en general es menester la siguiente documentación:

- Constancia de CUIT.
- Fotocopia de las dos primeras hojas del DNI.
- Fotocopia de una factura de un servicio pagado (luz, agua).
- Según las provincias, el tiempo de demora es de 1 semana como máximo, y no tiene costo.

#### **Inscripción en la Dirección General de Industria:**

En cada provincia los productores, microempresarios y pymes deben obtener la Radicación Industrial. Se presume que no es el caso de los trabajadores del Sector Artesanías por lo que no abundaremos sobre este punto.

De todos modos, y según la provincia, estos organismos pueden tener otros nombres, pero las actividades son las mismas e inherentes a la aprobación de los locales donde se elaboran los productos.

- Tiempo de demora: 1 semana y el costo total entre \$ 32,50 y \$ 50,00 según la provincia.

#### **Inscripción municipal Dirección de Planificación y Dirección de Obras Particulares:**

Esta repartición aprueba la localización de los edificios de carácter industrial o productivos, de acuerdo con las reglamentaciones que imperan en los códigos de planeamiento y de edificación. Se requiere la siguiente documentación:

- Certificado del uso del suelo.
- Fotocopia de plano de construcción aprobado.
- Fotocopia del certificado oficial de finca (Catastro municipal).
- Certificado de Radicación Industrial, expedido por la Dirección General de Industria.
- En caso de zonas de desagües cloacales, se adjuntará constancia de la repartición que cubra en el lugar de radicación la prestación de este servicio.
- Certificado del departamento de bomberos de la Policía de la Provincia.
- Fotocopia del último comprobante de Tasa de Inmuebles referente a la parcela del edificio.
- Fotocopia del título de propiedad o contrato de locación, sellado por la Dirección General de Rentas, o contrato de comodato, acompañado de título de propiedad con firmas certificadas.

#### **Inscripción Municipal (Dirección de Comercio):**

Son las municipalidades las autorizan las actividades. Para obtener la autorización para comercializar el producto debe presentar:

- Formulario solicitud de inscripción, con firma certificada por autoridad.
- competente (mesa de entradas de la Municipalidad, escribano o policía).
- Fotocopia DNI: 1 y 2 hoja y hoja cambio de domicilio si lo hay.
- Fotocopia del CUIT.
- Fotocopia del título de propiedad y/o boleto de compra venta (propietario), o fotocopia de contrato de locación o comodato sellado por Dirección General de Rentas de la provincia y firmas certificadas por escribano, con pago al día de la tasa General de Inmuebles correspondiente al local comercial.
- Estado de situación patrimonial o balance del local comercial, con firma certificada por autoridad competente (mesa de entradas de la Municipalidad, escribano o policía).
- Si el patrimonio declarado es superior a \$ 10.000, debe ser firmado también por contador público.
- **El tiempo de demora según la provincia es de 1 mes**

#### **Dirección de Bromatología local:**

Esta realizará la inspección del local, para verificar si cumple con las reglamentaciones en vigencia. Se exige sobre todo a los productores de dulces artesanales, embutidos y otros alimentos. Después de completado ese procedimiento, se deberá buscar el formulario de la Dirección de Bromatología, y al mismo se deberá adjuntar:

Fotocopia de la primera y segunda hoja de su DNI. Formulario de inscripción en Monotributo o Régimen Autónomo. Inscripción en el Impuesto a los Ingresos Brutos. En el caso de que el local sea alquilado: contrato de alquiler con firmas certificadas. Abonar en Rentas el Impuesto a los Sellos.

## 2. Impuestos y tasas

### 2.1 Direcciones Generales de Rentas provinciales:

En cada estado provincial y en cada municipio se reglamentan y ajustan las tasas con diferentes exigencias y matices.

Se presenta un ejemplo para los artesanos que residen en la provincia de Misiones.

Cuando la venta sea a consumidor final o al Estado, se abonará el 3,4% mensual sobre lo facturado. En cambio cuando la venta está dirigida a otro comercio (despensa, supermercado) o monotributistas, el porcentaje a aplicar es de 2,5 % más 2,38 % como agente de percepción.

Usted deberá verificar el cumplimiento de algunos aspectos administrativos:

### 2.2 Número de CUIT y sus declaraciones impositivas al día:

Como primer requisito importante para intentar exportar es estar constituido como empresa, no tener deudas vencidas o presentaciones de impuestos no realizadas en la DGI. Al respecto se señala que la Dirección General de Servicios Aduaneros (DGA = <http://www.afip.gov.ar> - ex Administración de Aduanas) no paga los reintegros correspondientes de exportación en estos casos.

En Capital Federal:

Calle Azopardo N° 350 – Piso 1°  
C1107ADD Ciudad de Buenos Aires  
Tel.: (011) 4347 – 2952 / 3024

### 2.3 Inscripción en la Dirección General de Servicios Aduaneros - DGA:

El segundo requisito es inscribirse en el Registro de la DGA y en la jurisdicción del domicilio en la que está radicada la empresa (en cualquier provincia donde usted viva). Pueden inscribirse **personas físicas o jurídicas**, y los trámites de exportación pueden ser realizados, personalmente, por un despachante de aduanas o gestor particular y cobran alrededor de \$ 500 (al 12/12/2010).

Esta diligencia se realiza una sola vez y es válida para efectuar operaciones de exportación y/o importación. El número de inscripción obtenido habilita para operar a través de cualquier Aduana del país y es gratuito. El trámite demora entre una y dos semanas.

Hacia fines de 2002, el Gobierno emitió el Decreto 2690/02, que imponía nuevas normas relativas a la inscripción de los importadores – exportadores en el registro que la Aduana lleva a tal efecto, pero ese decreto nunca se reglamentó, y el día 28/04/03, finalmente se publicó el decreto 971/03 que, en una apretada síntesis, contiene los siguientes términos:

Se modifican los artículos 94, 96, 97 y 98 del Código Aduanero, con la finalidad de flexibilizar los requisitos exigidos para la inscripción en el Registro de Importadores y Exportadores, por lo que corresponde dejar sin efecto algunas de las restricciones establecidas por el Decreto Nro. 2690 de fecha 27 de diciembre de 2002.

Por lo expuesto, a la información que se introduce, previamente deben leerse los párrafos siguientes:

Son requisitos para la inscripción en el REGISTRO DE IMPORTADORES Y EXPORTADORES cuando se tratare de personas de existencia visible e ideal:

- tener capacidad para ejercer por sí mismo el comercio;
- acreditar la inscripción ante la Dirección General Impositiva, a través de la Clave Única de Identificación Tributaria (CUIT);
- acreditar la solvencia necesaria u otorgar a favor de la Aduana una garantía, conforme y según determinare la reglamentación, en seguridad del fiel cumplimiento de sus obligaciones;
- no estar comprendido en alguno de los siguientes supuestos:
  - haber sido condenado por algún delito aduanero, impositivo o provisional;
  - haber sido socio ilimitadamente responsable, director o administrador de cualquier sociedad o asociación, cuando la sociedad o la asociación de que se tratare hubiera sido condenada por cualquiera de los ilícitos mencionados en el punto 1);
  - estar procesado judicialmente o sumariado en jurisdicción de la AFIP.

No obstante lo dispuesto, podrán inscribirse en el REGISTRO DE IMPORTADORES Y EXPORTADORES en la medida que otorguen garantías suficientes en resguardo del interés fiscal; ser fallido; y estar inhabilitado para importar o exportar.

Además, son requisitos para la inscripción en este Registro cuando se tratare de personas de existencia ideal estar inscriptas en la INSPECCION GENERAL DE JUSTICIA:

- Los importadores / exportadores inscriptos deberán presentar el balance general, el inventario y el cuadro demostrativo de ganancias y pérdidas, debidamente certificado por contador público.
- Los importadores y exportadores inscriptos deberán adecuar su situación, en el plazo máximo de NOVENTA (90) días hábiles administrativos, **a partir de la reglamentación del presente decreto, por parte de la AFIP.** Durante dicho plazo mantendrán vigencia las inscripciones realizadas al amparo del régimen anterior.

La Inscripción en la Aduana como Exportador e Importador requiere además la siguiente documentación:

- Nota dirigida al Director General de Aduanas solicitando dar trámite a la inscripción como exportador.
- Tres ejemplares del **Formulario OM-1228-E** declaración jurada. Si el trámite no es realizado por el interesado, las firmas deberán estar autenticadas por un escribano público.
- El Estatuto social y/o poder, si se trata de una razón social.
- Copia del **CUIL** En la presentación deberá contar con el original, a efectos de que la Aduana certifique la copia y/o en su defecto, adicionar copia autenticada por escribano.
- **Formulario 576** que emite la **AFIP.**
- Original y copia del último recibo de pago de aportes previsionales del que suscribe como exportador. El original será devuelto ante la presentación.
- Documento de identidad en caso de ser una persona física, o el documento constitutivo de la sociedad (es decir el contrato social en las S.R.L., o estatutos, en caso una S.A., cooperativas, etc.) autenticado por escribano para las personas jurídicas. Si eventualmente se nombrara un representante o apoderado a funcionarios de la empresa y/o un despachante de Aduana, que no tengan el uso de la firma social, debe acompañarse el

poder respectivo, autenticado por un escribano.

- Con el número de registro en la categoría de exportador suministrado por la aduana, usted debe concurrir a la agencia de la **AFIP** que corresponda a efectos de gestionar la emisión de un talonario de facturas **"E"**.

#### **2.4 Facturas de exportación prenumeradas e impresas:**

Las facturas que se implementan para las exportaciones, no son las mismas que las usadas para el mercado interno. Deben tener un diferente "código" (los cuatro dígitos iniciales de la numeración de las facturas), indicar claramente **"Operación de Exportación"** y no indicar **"A"**, **"B"** o **"C"** como en las facturas normales que se emplean en el mercado interno. Es usual indicar la letra **"E"**. La impresión de estas facturas debe comunicarse a la **AFIP** por formulario **446/C**. Antes del último día de febrero de cada año se debe informar sobre las facturas usadas el año calendario anterior a través del formulario **446/B**.

#### **2.5 Cuenta corriente bancaria y carpeta de crédito vigente en un banco:**

Los bancos no sólo negocian las divisas de las exportaciones y tramitan las cartas de crédito, sino que asesorarán al artesano exportador o comercializador de artesanía en cuestiones de carácter bancario y ofrecen prefinanciación para producir o comprar las mercaderías a exportar. Además, en caso de que se necesiten insumos importados, emitirán las cartas de crédito necesarias para esas compras en el exterior.

#### **2.6 Asignar un presupuesto de gastos para la exportación:**

El artesano exportador y/o comercializador de artesanía debe conformar un mínimo de fondos disponibles para pagar comunicaciones, folletería, promoción y publicidad, franqueo y envío de muestras, desarrollo de posibles modificaciones en etiquetas, envases o productos, etc.

### **3. Estudio de mercado y de la demanda potencial**

Ya mencionamos que la exportación supone inicialmente un estudio del mercado internacional, tanto para el co-

nocimiento de la demanda de nuestros productos como para la determinación del precio adecuado. En este estudio, colabora con el artesano exportador la Fundación EXPORT.AR ([www.exportar.org.ar](http://www.exportar.org.ar)), pues brinda información sobre la demanda internacional, la mejor manera de posicionar nuestros productos en el exterior y asesora sobre las posibilidades de financiación de nuestras exportaciones, entre las cuales se encuentra el CFI como una interesante fuente de financiamiento.

Sólo un adecuado estudio de mercado brindará un conocimiento al artesano exportador sobre las oportunidades que ofrecen los mercados del exterior. Un buen estudio de mercado implica:

- Determinar el alcance y los objetivos del estudio.
- Tener una idea general sobre el comercio internacional del producto, tanto cuantitativa como cualitativamente. Para ello deberá realizar una recolección de datos sobre la oferta y demanda internacional del producto y valorar la producción, la exportación y las importaciones del mismo.
- Identificar y evaluar los posibles demandantes del producto. Asimismo, investigar los usos alternativos del producto y los requerimientos de producción.
- Identificar los posibles canales de distribución y los eventos feriales a través de los cuales puede acceder al mercado.
- Estudiar las características específicas de cada mercado, los hábitos y preferencias de los consumidores, los requisitos comerciales y documentarios exigidos.
- Conocer las normas e impuestos arancelarios y no arancelarios de las importaciones y el comercio en cada mercado. En este sentido, es importante identificar los acuerdos comerciales que establecen preferencias o exenciones en la importación al mercado en estudio.
- Comprender los elementos y mecanismos de fijación de los precios internacionales.

**Es indispensable para los exportadores conocer exactamente los requisitos sanitarios, normas técnicas, de marcado, de empaque y embalaje y demás exigencias de las autoridades del país de destino para la introducción de sus productos, lo que le evitará innumerables problemas y costos una vez despachados los productos.**

La reducción de los costos y la optimización de la calidad, son los elementos fundamentales de la determinación de la competitividad internacional del producto.

#### 4. Los INCOTERMS:

Normalmente, usted se enfrentaría en este momento a un problema de comunicación con su potencial comprador, que se encuentra a miles de kilómetros. Existe una serie de actividades que debe realizar (estas las puede desarrollar usted y/o su comprador) y obviamente existen distintas responsabilidades que también pueden ser distribuidas de distintas formas.

Habría que hacer un listado de tales actividades y ver cómo asignarlas.

Afortunadamente, otros ya han pensado en la forma de simplificar este problema. Este es el objetivo de los llamados **INCOTERMS** (abreviatura en inglés de "Términos Comerciales Internacionales" ([http://www.iccwbo.org/index\\_incoterms.asp](http://www.iccwbo.org/index_incoterms.asp)), y aquí nuevamente recurrimos a su paciencia, puesto que lo invitaremos a recordar una serie de siglas que son de carácter universal.

Ahora bien, cada uno de estos términos tiene solamente tres letras, pero por sí solo significa o encierra un listado de distintas responsabilidades tanto para el comprador como para el exportador.

Los **INCOTERMS** se refieren a la forma de establecer el precio de las mercaderías transadas y además determinar el lugar y momento de su entrega, como también, la responsabilidad que sobre ella tienen vendedor y comprador.

Es decir, cuando usted le propone al exportador, por ejemplo, un precio CIF (más adelante definiremos su significado), en realidad le está proponiendo en forma sintética la manera de distribuirse diez distintas actividades y responsabilidades.

Estos términos o reglas, de aceptación universal, son muy importantes para determinar los gastos y riesgos que soportan el vendedor, por un lado, y el comprador, por el otro. Han sido establecidos por la Cámara de Comercio Internacional de París (CCI) desde 1935. La última versión corresponde al año 2000, siendo la de 1990 la que introduce las mayores modificaciones, en coincidencia con que la "globalización" de la economía resultaba un hecho a nivel mundial, y era necesaria una definitiva revisión de

la legislación al respecto y de carácter universal. Así también se informa que los precios de los bienes vendidos al exterior deben expresarse en dólares americanos.

Las **INCOTERMS** definen el marco de un contrato de compraventa internacional; cómo se reparten vendedor y comprador los gastos; los riesgos del transporte de la mercadería, y qué documentos e información deben obtener y entregar al otro. Siempre deben ir acompañados del lugar preciso al que se refieren, por ej.: **FOB** indica que el vendedor se responsabiliza por todos los riesgos, seguros, etc., hasta la entrega del producto vendido en el puerto de Buenos Aires, de Mar del Plata, Puerto de Rosario, etc. y "A bordo" del barco. **FCA**, cuando se hace cargo de conducir bajo su responsabilidad, por ej.: las cajas con cerámicas, platería, vinos, etc. hasta el galpón del transportista que indicó el comprador, etc.

Por ello, el artesano exportador deberá evaluar los costos y gastos que mencionaremos a continuación, para ofrecer sus productos a precios realmente competitivos y teniendo en cuenta los términos comerciales internacionales términos de cotización internacional (INCOTERMS).

Los términos términos comerciales internacionales de cotización internacional (Incoterms) determinan en los acuerdos de compra venta los compromisos de las partes. Los más usuales explicados en el diagrama que acompañamos son:

**EX-WORKS = EN FABRICA:** Este término hace relación al compromiso por parte del artesano exportador de efectuar **la entrega de la mercancía en el lugar de producción o de distribución del producto**, mientras el comprador corre con los riesgos y gastos que conlleve su traslado hasta el puerto de destino. Sin dudas y para seguridad del Artesano, **esta resulta la mejor modalidad**. Es el comprador el que retira la mercancía en el taller del artesano y se hace cargo de toda la logística.

**Desde lo impositivo, el Artesano debe estar inscripto como exportador y demostrar que sus productos son enviados al exterior.** De este modo recupera los impuestos referidos al IVA en la compra de insumos y materiales para la producción de dichos embarques.

**FOB (FREE ON BOARD) =LIBRE A BORDO:** El artesano exportador adquiere el compromiso de colocar la mercancía en el puerto de embarque convenido a bordo del medio de transporte (buque). A partir de ese momento, los riesgos y gastos corren por cuenta del comprador.

**CIF (COST, INSURANCE AND FREIGHT) = COSTO, SEGURO Y FLETE:** Los compromisos adquiridos por parte del vendedor conforme con el término anterior, se adicionan a la contratación de la mercancía, el pago del flete y el seguro hasta el puerto de destino.

### INCOTERMS 2000

GRUPO	SIGLA	INGLÉS	ESPAÑOL
"E" SALIDA Vendedor entrega en salida de su propio local	EXW	EX-WORKS	EN FÁBRICA (punto de origen...)
	FCA	FREE CARRIER	LIBRE TRANSPORTISTA (...lugar designado...)
"F"TRANSPORTE PRINCIPAL NO PAGADO El vendedor entrega al medio de transporte designado por el comprador	FAS	FREE ALONGSIDE SHIP	LIBRE AL COSTADO DEL BUQUE (...puerto de carga convenido...)
	FOB	FREE ON BOARD	LIBRE A BORDO (...puerto de descarga convenido...)
"C" TRANSPORTE PRINCIPAL PAGADO El vendedor contrata y paga el transporte sin asumir los riesgos de pérdidas debidas a hechos posteriores a la carga y despacho	CFR	COST AND FREIGHT	COSTO Y FLETE PAGADOS (...puerto de destino convenido...)
	CIF	COST, INSURANCE AND FREIGHT	COSTO, SEGURO Y FLETE PAGADOS (Puerto de destino convenido)
	CPT	CARRIAGE PAID TO	FLETE/PORTE PAGADO HASTA (...lugar de destino convenido...)
	CIP	CARRIAGE AND INSURANCE PAID TO	FLETE/PORTE Y SEGURO PAGADO HASTA (...lugar de destino convenido...)

GRUPO	SIGLA	INGLÉS	ESPAÑOL
<p>"D" LLEGADA O DESTINO</p> <p>El vendedor soporta todos los gastos y riesgos hasta el destino convenido</p>	DAF	DELIVERY AT FRONTIER	ENTREGADO EN FRONTERA (...lugar convenido...)
	DES	DELIVERY EX SHIP	ENTREGADO SOBRE EL BUQUE (...puerto de destino convenido...)
	DEQ	DELIVERY EX QUAY	ENTREGADO EN MUELLE (...puerto de destino convenido...)
	DDU	DELIVERED EX - QUAY	ENTREGADO CON DERECHOS SIN PAGAR (...lugar de destino convenido...)
	DDP	DELIVERED DUTY PAID	ENTRADO CON DERECHOS PAGADOS (...lugar de destino convenido...)

[http://www.iccwbo.org/index\\_incoterms.asp](http://www.iccwbo.org/index_incoterms.asp)

Una vez que se identifica la demanda potencial en el exterior, los pasos que se siguen en una exportación son los que se describen a continuación:

### 5. Remisión de la factura proforma

Ante el requerimiento de cotización de un comprador externo, el artesano exportador o comercializador de artesanía deberá suministrar una factura proforma (cotización), con el objeto de facilitar al importador la solicitud previa de licencias o permisos de importación y el establecimiento del instrumento de pago a favor del exportador.

En dicha factura se consignan, entre otros, los siguientes datos: la identificación del comprador, su ubicación, validez de la cotización, las cantidades, precio unitario, valor total y las condiciones de la negociación.

El artesano exportador tiene libertad para establecer los plazos que va a conceder al comprador del exterior, sin embargo, si este plazo es superior a 12 meses contados a partir de la fecha de la declaración de exportación, deberá informarlo al Banco Central, siempre y cuando su

monto supere la suma de diez mil dólares de los Estados Unidos de América (US\$ 10.000).

Asimismo, el artesano exportador puede establecer negociaciones condicionadas a pagos anticipados por futuras exportaciones, pero teniendo en cuenta, que éstas deben ser realizadas dentro de los cuatro (4) meses siguientes a la fecha de canalización de las divisas a través del intermediario financiero.

Por lo expuesto, y para una propuesta competitiva, debe saber como formalizarla y para ello debe advertir que en el mercado exterior para fijar el precio final, existen una serie de consideraciones (por ej., no paga IVA).

### 6. Formulación del precio

La fijación del precio es un elemento central en la fórmula de comercialización, aunque debe reconocerse que todos los elementos de la fórmula son interdependientes. Así, la diferenciación de los productos modificará los costos y, por consiguiente, los precios. Los canales de comercialización dependen del producto y su elección determina un costo, que a su vez repercute en el precio.

El precio es una variable estratégica: del nivel de precio escogido dependerá el posicionamiento, la imagen del producto y la importancia de los clientes potenciales. Las decisiones sobre el precio son a menudo irreversibles: no puede aplicarse una política de precios alta, para luego bajar el precio sin que se desvalore la imagen del producto, impidiendo de esta forma toda acción posterior tendiente a elevarlo. Los objetivos del artesano deben considerar la permanencia y la credibilidad de los potenciales clientes, elementos esenciales del éxito en el largo plazo. Estos objetivos a largo plazo se traducen en una preocupación de corto plazo: la búsqueda de rentabilidad.

Los precios juegan un rol central en la determinación de la rentabilidad: la rentabilidad de la venta será el resultado de la comparación entre el precio de venta y el costo de fabricación, pero éste se ve condicionado por la cantidad vendida, que a su vez depende del precio.

Para comprender por qué es posible comercializar a precios más bajos y aun así obtener beneficios, es preciso examinar toda la cuestión de la fijación de los precios y la determinación de los costos. La decisión que se tome

deberá contemplar los siguientes factores:

- Los costos de producción, de comercialización, etc.
- El mercado en las ferias, en los comercios especializados, clientes potenciales para regalo, etc.
- El margen de beneficios que procure obtener.

El costo de producción y de comercialización pueden ser importantes partidas de costos. También existen gastos generales, llamados indirectos, que no pueden atribuirse directamente a un producto.

El costo de producción varía con la cantidad producida y el costo unitario disminuye al aumentar la cantidad. Existen costos fijos que tienen que pagarse cualquiera sea la cantidad producida. Son ejemplos el alquiler del local y el costo de maquinaria (carpinteros, herreros), entre otros. Si se producen más unidades, estos costos fijos se distribuyen más y reducen el costo unitario. Además de estos costos fijos, existen los costos variables que aumentan con la cantidad producida. Son ejemplos los costos de materiales, la mano de obra, los combustibles y la energía.

### 6.1 Costos de comercialización:

Los costos de producción se consideran a veces los únicos elementos importantes al fijar el costo y el precio de un producto. Sin embargo, los costos de comercialización deben ser también tenidos en cuenta y analizados cuidadosamente (costo de mantenimiento de stock, gastos de capital y de almacenamiento físico, embalajes, transporte, comisiones, viajes a los comercios especializados, participación en ferias, etc.).

Los costos de comercialización también pueden clasificarse en fijos y variables. Por ejemplo, el salario de un vendedor es un costo fijo, mientras que su comisión es un costo variable.

### 6.2 Precio de equilibrio:

Una vez determinado el costo total de producción y comercialización de cualquier cantidad de productos, se divide ese costo total por el número de unidades. Este costo unitario representa el precio de equilibrio. La comercialización realizada por encima de ese precio genera una ganancia.

Es necesario tener en cuenta que el costo unitario de producción también representa el precio de equilibrio.

Por lo tanto, al aumentar la cantidad de unidades producidas crece el beneficio resultante de cada unidad vendida, suponiendo que se mantenga el mismo precio. De ese modo, como la exportación requerirá un aumento de la producción total, puede hacer disminuir el costo unitario.

### 6.3 Maximización de beneficios:

Lograr el precio más alto posible por un producto o comercializar el mayor número posible de unidades, no constituyen necesariamente las formas de obtener mayores beneficios. Hay casos en los que por ser un producto único, su apreciación varía ostensiblemente (estrategias del artesano). Tratar de aumentar los beneficios mediante mayores precios plantea la dificultad de que los altos precios suelen significar menos ventas y, por otro lado, si se reducen los precios para vender más unidades, el resultado puede ser simplemente menores ingresos.

El éxito de la comercialización reside en fijar el precio en el nivel en que el producto de las ventas supera el total de costos por el margen más amplio. Encontrar este punto es el objetivo mismo de la política de fijación de precios.

### 6.4 Fijación del costo marginal:

Las ventas al mismo precio que las realizadas en su localidad pueden generar, evidentemente, un beneficio adicional. En el caso de producir con costos de una provincia con un poder adquisitivo bajo, el margen para la fijación de los precios se ubicará entre el precio en el mercado local hasta el precio de la mercancía en el mercado donde comercializará. Una empanada en La Rioja sale entre 1,5 y 2,5 pesos. En Buenos Aires salen entre 3,5 y 4,5, cada una.

La clave para el cálculo del costo, para determinar hasta dónde pueden reducirse los precios, es el estudio del costo marginal (por ej., costos fijos, y de allí empezar a cotizar sus productos).

La clave de la fijación de costos marginales consiste en considerar las ventas en su localidad y las de ventas afuera como compartimentos estancos y, a su vez, entender a las segundas como ventas complementarias. La fijación de costos marginales sólo resulta válida cuando la producción para la venta afuera no exige ninguna inversión nueva. Si los costos fijos están cubiertos mediante las ventas

en la localidad, los costos adicionales de los productos destinados a la venta afuera, pueden considerarse costos variables. Esto significa que el precio de equilibrio para la venta afuera (en ferias, negocios especializados, etc.) puede ser muy inferior al calculado sobre la base de los costos fijos y variables.

### 6.5 Métodos creativos de fijación de precios:

Los costos marginales suelen ser tan bajos que dejan margen para fijar precios en forma agresiva o para realizar importantes desembolsos de promoción inicial o permanente, o para absorber los gastos adicionales que impone la venta fuera de su localidad.

Los métodos creativos de fijación de precios suponen aprovechar la flexibilidad con que se cuenta entre el límite mínimo del precio de equilibrio y el límite máximo que determina el precio de los competidores para productos similares en el mercado llamaremos externos a su lugar de origen y venta natural de sus productos.

La mejor utilización del método del costo marginal probablemente no consista en reducir el precio de ventas externas, o al menos en reducirlo demasiado o durante demasiado tiempo, sino en justificar mayores desembolsos para la comercialización. Generalmente, el artesano que tiene éxito vende a un precio mayor que el más bajo del mercado. Está en condiciones de imponer ese nivel de precio porque su producto ofrece valores superiores tales como:

- Un buen prestigio del artesano, forjado mediante la excelencia de su manufactura.
- Seguridades en cuanto a calidad, servicio y entrega cuando es encargado el producto.
- Embalaje o packaging eficaz y atractivo.

El precio más bajo puede ser un instrumento eficaz de comercialización a corto o largo plazo. Pero es importante recordar que sólo representa una de las formas de aprovechar la ventaja en los costos, y que esa ventaja puede desaparecer fácilmente al surgir un nuevo artesano competidor en el mercado con precios aún más bajos. Una situación firme en el mercado asegurada por la calidad del producto y la eficacia de la comercialización es mucho más difícil de desplazar.

Los artesanos se comportan de una manera muy parti-

cular. Cuando un producto es exitoso para uno, el resto lo copia e intenta vender el mismo con un precio más bajo.

La decisión sobre la mejor política de fijación de precios depende de lo siguiente:

- El análisis global del mercado donde concurre.
- La situación de los artesanos competidores en cuanto a los precios y la comercialización.
- El nivel de costos del artesano.

Los artesanos cuentan con tres tipos principales de políticas de fijación de precios orientadas: por los siguientes factores:

**Por los costos:** representa la política más sencilla y ampliamente utilizada. Se calcula un costo de cada unidad de producción, y a ese costo básico se le suma un porcentaje o margen de beneficio absoluto para determinar el precio. Los métodos basados en el precio de equilibrio y en el costo marginal son los más usuales.

**Por el mercado:** la fijación de costos orientada por la demanda parte de la intensidad de la misma expresada por los consumidores. Se fijan precios altos cuando el interés de los consumidores es intenso y precios bajos cuando es tenue. Los costos reales pueden ser los mismos en ambos casos.

**Por la competencia:** esta política de fijación de precios se basa en el comportamiento real o previsto de los competidores. Algunos artesanos como las empresas, que aplican este método, no buscan vincular los precios con los costos ni con la demanda del mercado: fijan sus precios en relación con lo que hacen sus competidores, manteniéndose en su nivel actual si es eso lo que se propone la competencia.

Para fijar los precios en el mercado se deberán tener en cuenta los costos, la demanda y la competencia. A continuación se da un ejemplo de exportación de candelabros de plata.

## Análisis de costos para exportación

**NOMBRE DE PRODUCTO:** CANDELABROS DE PLATA

**CANTIDAD:** 600 UNIDADES

**POSICIÓN ARANCELARIA:**

**PESO Y/O VOLUMEN:**

### 1. Costo del producto Fabricación

Empaque especial para exportación

Etiquetas especiales para exportación

Embalaje.

Costo franco fábrica venta directa (EXW)

### 2. Costos comercialización

Promoción en el exterior

Comisión representantes en país importador

Costo franco fábrica con intermediario (EXW)

### 3. Costos de transporte y seguros internos

Fletes fábrica puerta despacho

Seguros de Transporte (Fábrica puerto de despachos)

Costo franco terminal

### 4. Costo varios

Comisión agente de aduana despachador

Costo documento(s) de exportación

Costo certificado de origen

### 5. Manejo de carga

Utilización de instalaciones portuarias

Almacenaje, pesaje o cubaje de carga

Vigilancia portuaria

Cargue y estiba

Otros

### 6. Costo financieros

Crédito otorgado al comprador

Póliza seguro de crédito a l exportación

### 7. Otros costos de exportación

Varios ( Comisiones, envíos de muestras, etc.)

Costo FOB puerto de origen

### 8. Costo transporte internacional

Marítimo: Puerto de origen – puerto destino

o Aéreo: de a

Costo CFR puerto de destino

### 9. Seguros de transporte al exterior

Contra todo riesgo

Costo CIF puerto de destino

**10.** El IVA no es un factor a considerar por el exportador en el costo de una exportación, ya que éste es recuperable.

## 7. Aceptación de las condiciones

El importador en el exterior confirma al exportador argentino la compra de la mercancía y la aceptación de las condiciones de la negociación, y procede según éstas a la apertura de la carta de crédito en el banco corresponsal, a la remisión de las letras o pagarés, o al giro por el valor acordado.

## 8. Confirmación de la carta de crédito

El banco comercial argentino recibe copia de la carta de crédito del banco corresponsal garante u otro documento que se convenga como garantía de pago, o el giro y comunica al exportador para que este inicie los trámites para el despacho de la mercancía.

## 9. Factura comercial

Es un documento imprescindible en cualquier transacción comercial. Es una cuenta por los productos que se envían al comprador en el extranjero y frecuentemente es utilizado por las autoridades aduaneras del país del importador como el documento básico para determinar el valor en aduana de las mercancías sobre el cual se aplicarán los derechos de importación.

A falta de un contrato de compraventa, la factura, aunque no constituye por sí misma un contrato, es el documento que recoge en cierta forma las condiciones acordadas entre las partes.

## 10. Lista de empaque

Acompaña generalmente la factura comercial, proporciona información sobre el tipo y número de empaques y embalajes; su contenido, peso y volumen por bulto, así como las condiciones de manejo y transporte.

## 11. Contratación del transporte

El exportador contratará el medio y la compañía de transporte más adecuados (en consideración a la clase de mercancía, los costos y las necesidades de disponibilidad), en los términos acordados con el comprador. Las

modalidades de transporte que más se utilizan a nivel internacional son el aéreo y el marítimo, con excepción de la mercancía destinada a países vecinos en los que el transporte terrestre tiene una importancia mayor.

## 12. Certificación de Origen de la mercancía

En caso de que el importador requiera certificar el origen de la mercancía, por ser un requisito para la nacionalización o para obtener preferencias arancelarias en el país de destino, el exportador iniciará los siguientes trámites para la expedición del certificado de origen Cámara Argentina de Comercio y/o en las provincias que han legislado al respecto

Generalmente es requerido por la Aduana del país importador para aplicar los gravámenes aduaneros que procedan. Algunos productos pueden acogerse al del Sistema Generalizado de Preferencias (S.G.P), para lo cual necesitan un Certificado de Origen extendido en formulario A.

Si el destino de las mercancías es algún país miembro de la Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI), se requerirá el Certificado de Origen en formulario ALADI.

Si el destino de las mercancías es un país miembro del Mercosur, se requerirá el certificado de origen en formulario Mercosur. Para los países asociados al Mercosur, Chile y Bolivia, es necesario completar los certificados correspondientes.

Cada país beneficiario determina el organismo autorizado para emitirlo. En nuestro país, por ejemplo, lo emite la Cámara Argentina de Comercio, la Cámara de Exportadores de la República Argentina (ALADI y Mercosur), la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Pesca y Alimentación (SAGPyA) a través de sus reparticiones (SENASA, etc.). En tanto el Sistema Generalizado de Preferencias (S.G.P) se obtiene en la Secretaría de Industria, Comercio y Minería de la Nación. Los puede tramitar su despachante de Aduana.

Se emite en original y 2 copias y no puede tener enmiendas ni raspaduras. Su plazo de validez es de 180 días desde que es emitido, y no puede tener fecha anterior a la de la emisión de la factura comercial que ampara el embarque.

### 12.1 Verificación de la información y determinación de criterios de Origen:

Ratificada una Certificación de Origen, se verifica la información y determina el criterio de origen de los productos a exportar con base en las disposiciones existentes para los distintos esquemas preferenciales, los cuales son consignados en la planilla «Determinación de Origen».

### 12.2 Radicación y aprobación del CERTIFICADO DE ORIGEN:

Los certificados de Origen para los productos artesanales de exportación que vayan a gozar de las preferencias arancelarias otorgadas en los diferentes acuerdos comerciales y esquemas preferenciales, o cuando sea exigible por el país de destino (caso en el cual no se requiere la indicación de criterio o norma de origen) serán gestionadas como ya se mencionó en la Cámara Argentina de Comercio (ALADI y Mercosur) si los envíos se condujeran a los países integrantes de estos dos últimos convenios comerciales internacionales y/o en la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Pesca y Alimentación (SAGPyA) a través de sus reparticiones (SENASA, etc.), **La solicitud de certificado de origen se radica junto con la factura comercial en original y copia.**

## 13. Diligenciamiento del documento de exportación

Cuando el exportador desee realizar un embarque **único o fraccionado con datos provisionales, dentro de los tres meses siguientes a la fecha de aceptación de la autorización de embarque** (plazo estipulado por la Dirección General de Aduanas), deberá proceder al diligenciamiento y presentación de la declaración definitiva relacionando los embarques efectuados con cifras definitivas.

Cuando el exportador deba realizar **embarques fraccionados con datos definitivos** y con cargo a un mismo CONTRATO DE VENTA, se tramita el primer embarque en un documento de exportación como solicitud de autorización de embarque anotando todos los datos e indicando que se trata de un embarque fraccionado. En los demás embarques, deberá indicar que los datos complementarios se encuentran en el número de auto-

rización de embarque que le haya correspondido al primer embarque y adjuntar fotocopia de ésta. Asimismo, **dentro del mes siguiente a la fecha de aceptación de la primera autorización de embarque**, el exportador deberá presentar la DECLARACIÓN DE EXPORTACIÓN DEFINITIVA, consolidando los embarques fraccionados correspondientes al mismo Contrato de Venta.

### 13.1 Como Declaración Definitiva:

El exportador debe presentar declaración definitiva cuando: realiza un embarque único con cifras definitivas, cuando la declaración tiene por objeto consolidar embarques fraccionados y para indicar las cifras definitivas de un embarque único que había sido presentado con datos provisionales.

## 14. Solicitud de “vistos buenos”

La exportación de ciertos productos exige que el exportador se encuentre inscripto en la entidad encargada de su control y/o del otorgamiento del “visto bueno”. Este requisito debe cumplirse en forma previa a la exportación de los productos de la artesanía. Son aquellas que responden a normas referidas a la diferenciación de los mismos por su: **Procedencia y Denominaciones de Origen** por la producción y elaboración de **Productos orgánicos** o ecológicos y por su **Sanidad e inocuidad**. Estos documentos los emite la ya citada la Secretaría de Agricultura y Ganadería de la Nación (SAGPyA – SENASA, etc.) y la Cámara Argentina de Comercio.

- Sistema Nacional de Normas, Calidad y Certificación (INTI). <http://www.inti.gov.ar/siscal>  
<http://www.inti.gov.ar/calidad/incalin>
- Adm.Nac.de Medicamentos, Alimentos y Tecnología médica. <http://www.anmat.gov.ar/principal.htm>.
- Secretaría de Agr., Gan., Pesac y Alimentos. [http://www.sagpya.mecon.gov.ar/0-0/index/alimentacion/index\\_alimentacion.htm](http://www.sagpya.mecon.gov.ar/0-0/index/alimentacion/index_alimentacion.htm)  
<http://www.senasa.mecon.gov.ar>

## 15. Permiso de Embarque de exportación

Una vez presentado la Declaración de Exportación con sus anexos respectivos, si se encuentra bien diligenciado

y reúne los requisitos exigidos, la Aduana acepta la solicitud de autorización de embarque o la declaración definitiva, según el caso, procediendo al aforo de la mercancía y autorizando su embarque a través de un Permiso de Embarque de exportación, documento de destinación aduanera a través del cual la Aduana certifica la salida legal de las mercancías hacia el exterior. Este documento es elaborado por el Despachante de Aduanas y legalizado por la Dirección General de Servicios Aduaneros.

Contiene información, tal como antecedentes del exportador, antecedentes financieros (modalidad de venta, Cláusula de venta, Modalidad de pago, sucursal del Banco Avisador que controlará los retornos, monto de la exportación, valor líquido de retorno), fecha de embarque, puerto de embarque y de desembarque, país de destino, vía de transporte y descripción de las mercaderías. Dependiendo del producto: patente de comerciante, recibo de pago de regalías, permiso fitosanitario, autorizaciones expresas y demás requisitos exigidos para la exportación.

## 16. Pago de la exportación

La exportación genera la obligación de **reintegrar las divisas percibidas**. Los artesanos exportadores, de acuerdo con lo establecido en el régimen argentino deberán efectuar la venta de las divisas recibidas por concepto de la exportación a través de los intermediarios financieros autorizados por el Banco Central (bancos comerciales y entidades financieras), dentro de los plazos consignados en la declaración de exportación, para ello el exportador deberá previamente diligenciar la **declaración de cambio correspondiente**.

El exportador tiene libertad para establecer los plazos que va a conceder al comprador del exterior, sin embargo, si este plazo es superior a 12 meses contados a partir de la fecha de la declaración de exportación, dentro de ese mismo periodo, deberá informar del hecho al Banco Central, con excepción de aquellas exportaciones cuyo valor sea inferior a US\$ 10.000.

Asimismo, el exportador puede establecer negociaciones condicionadas a pagos anticipados por futuras exportaciones, pero teniendo en cuenta que, **dentro de los cuatro (4) meses contados a partir de la fecha**

**de canalización de las divisas a través del intermediario financiero, deberá realizar la exportación de los bienes.**

## 17. Recomendaciones para el artesano exportador

- Antes de considerar exportar, y como primera medida, seleccione cuidadosamente el producto y el mercado deseado, basándose en una investigación previa de escritorio y acercándose a los organismos públicos, mixtos y/o privadas que puedan facilitarle información.
- Una vez decidido el mercado, deberá estudiarlo, incluyendo una investigación de campo allí. El comercio exterior tiene dificultades que usted debe estudiar para soslayarlas: no es lo mismo que vender en el mercado interno. No haga su primer viaje al mercado para vender o negociar, sino para mejorar su preparación para entrar en dicho mercado.
- Evalúe toda la información recibida y trate de diseñar una estrategia de mercado y desarrollar un plan de marketing.
- Poner un pie en un mercado extranjero sólo es efectivo en un esfuerzo de largo plazo. Como será un proceso costoso, debe tener fondos preparados. Recuerde que algunos costos pueden no recuperarse con operaciones inmediatas. No piense sólo en hacer ventas inmediatas. Piense en un horizonte de 2 a 5 años y busque relaciones, no operaciones, con los intermediarios y compradores.
- Recuerde lo imprescindible que resulta planificar sus exportaciones como una actividad permanente. Esto debido a que como iniciado, deberá incurrir en diversos costos y si eventualmente sus productos recuperan competitividad en el mercado interno, no descuide el comercio exterior. Este no permite una dedicación esporádica.
- Debe tener especial cuidado con nuestros Intermediarios. A estos jamás les otorgue la propiedad de su marca.
- Su comprador no soportará encontrarse con una calidad inferior a la ofrecida, alteraciones en el precio ofrecido y entregas tardías. Asegúrese que entiende y puede cumplir todos los requerimientos del comprador antes de comprometerse con una orden de compra.
- En los mercados de países ricos, los consumidores buscan calidad y precio porque tienen muchas ofertas disponibles e interesantes. Debe mentalizar a toda su empresa de respetar el punto de vista del consumidor en la fabricación y en la venta.
- Trate de estar muy atento a los cambios de tendencias y de modas. Manténgase actualizado.
- Preste debida atención a los requisitos establecidos por los compradores, por ej., adaptando el producto, el envase y la etiqueta.
- Tenga en cuenta que muchos mercados están muy segmentados.
- Entienda y respete los canales de distribución. No trate de vender a todos. Primero estudie y luego decida. Mantenga a su distribuidor o importador permanentemente informado de todo lo que pueda afectarlo, lo bueno y lo malo.
- **Recuerde que debe producir lo que desean comprarle y no trate de centrarse en vender lo que fabrica y/o produce.** Tenga en cuenta las diferencias culturales para la fabricación del producto, la fijación de la marca y la política de comunicación,
- Fije los precios pensando en sus costos pero también en los de la competencia. Tenga en cuenta que sus operaciones deberán ser rentables. Asegúrese que trabaja en forma eficiente cuenta con márgenes para afrontar los imprevistos.
- Busque y establezca relaciones sólidas con los clientes o importadores exclusivos que le representen permanentemente y promuevan activamente ventas y den servicio a clientes en todo el mercado. Mantenga esas relaciones mediante visitas personales y contactos periódicos. Visite a los clientes importantes con su agente en ese mercado.
- Conteste inmediatamente las solicitudes de información (si le faltan datos, conteste diciendo que está procesando esa solicitud y que demorará tantos días), cumpla con los pedidos sin demoras y responda a todos ellos, aun aquellos que no representen una venta inmediata. Sea cortés y tendrá canales abiertos y oportunidades comerciales.
- Sí envió muestras, asegúrese que el producto que embarca sea absolutamente igual al de la muestra enviada. No prometa algo que no pueda cumplir: tenga en cuenta que el comercio exterior está interconectado.
- Fije una estructura de precios competitiva (pero rentable) y con incentivos comerciales a los agentes y distribuidores.
- Apoye la promoción que hacen sus agentes, aportando fondos participando en ferias, enviándoles material de propaganda, visitando a clientes potenciales.

- Tenga en cuenta que después de hacer una oferta al comprador extranjero, puede haber aumentos en los costos que no puedan ser trasladados al precio.
- Considere que el transporte puede sufrir accidentes, robos o hurtos. El seguro de transporte cubre esos riesgos.
- Si la mercadería se cotizó en una moneda distinta del dólar, ésta puede bajar respecto del dólar, produciendo una pérdida cambiaria, que puede evitarse haciendo una venta a término de esa moneda en el mercado cambiario local, o tomando opciones de cambio en el exterior.
- Ante la mejor cotización por parte del "euro" frente a la moneda americana, establecer claramente si la operación se cotizará en una u otra moneda. La UE hoy establece las reglas de juego en su propia moneda.
- El comprador puede no pagar o pasar menos, lo que puede evitarse si se exigen créditos documentarios y se cuida que los documentos se presenten al Banco sin problemas que generen discrepancias. También pueden obtenerse pólizas de seguro de crédito a la exportación por riesgos de insolvencia comercial en la CASCE y otras compañías de seguro locales.

### 17.1 Observe que:

- El comprador haga emitir un Crédito Documentario confirmado por un banco ubicado en la Argentina.
- Revisar cuidadosamente la Carta de Crédito, apenas llega. Inmediatamente pedirle a su Comprador las modificaciones, que estime oportunas y no cargar hasta que estemos seguros de que la Carta de Crédito será cobrada sin problemas.
- Es necesario respetar las instrucciones de la Carta de Crédito al pie de la letra .
- Debe ser muy cuidadoso en la preparación y entrega sin demoras de los documentos de embarque al banco, ya que éste no pagará sin la conformidad previa del importador, si existe la más mínima diferencia entre lo exigido y escrito en la Carta de Crédito y los documentos presentados.
- Debe ser amable con su cliente.
- Observar calidad en el material ilustrativo de sus productos, tanto en la descripción como en la fotografía y colores. Recorra a un diseñador gráfico.
- Sea claro y conciso en su correspondencia. Que el conjunto de papelería sea agradable y consecuente con la "imagen corporativa" de su empresa.

- Responda en forma urgente a todos su clientes, en su idioma y muestre un cuidado interés en las necesidades de su comprador.
- Evalúe su verdadera capacidad de producción a efectos de determinar cuánto puede ofrecer.
- Ajuste los medios para adaptar los productos a los requerimientos de su cliente e incorpore un servicio posventa consecuente.
- Sea eficiente: produzca y administre todo el proceso con una adecuada relación entre costos involucrados y resultados logrados.

Esperamos que usted tenga ya una visión general de las actividades de exportación. Desde luego, tendrá muchas dudas. No vacile en recurrir a los organismos estatales, mixtos o privados en busca de apoyo, consejo y colaboración. Lo están esperando. Quizás usted observe estas nuevas posibilidades con cierto sesgo de incertidumbre, pero el esfuerzo vale la pena, y cuando concrete su primera exportación e ingrese en el mercado internacional, quedará entusiasmado por este fascinante mundo: el comercio exterior.

### 17.2 Proceso de la exportación:

Veamos ahora, cuál es el proceso total de una exportación. Se acompaña con un diagrama que expresa el proceso de la exportación bajo condición FOB y forma de pago a través de una Carta de Crédito:

- Concreción de negocio: usted ya contempló todos los aspectos que se explicaron anteriormente, se encuentra en la etapa final de concreción. En realidad ya hizo lo más importante, que es acordar los aspectos económicos financieros de negocio. Pero es importante resumir los aspectos operativos y la logística de exportación que usted debe realizar para cumplir con la exportación.
- Habiendo concretado su oferta, debe concurrir a la Dirección General de Aduanas (ex A.N.A.) para inscribirse como exportador, procediendo a completar el formulario OM 1228 E o realizando el trámite mediante su despachante de aduanas. Recuerde que la inscripción es gratuita, no así los honorarios del Despachante y/o gestor (aprox. \$ 300 al 03/2004). Con este documento concurra a la AFIP y gestione el talonario de facturas "E", válidas para facturar las exportaciones.

- El exportador se contacta con el comprador (importador), ya sea directamente, o bien, por vías indirectas (representante, agencias comerciales, etc.), haciéndole llegar muestras, catálogos, folletos y la Carta-Oferta o Factura Proforma, en donde se detallan precios, características de la mercancía, vía de transporte, condiciones de embalaje, validez de la oferta, modalidades de venta, etc. Conforme el importador con la oferta exportable, la muestra enviada y los precios, éste hace el pedido al exportador.
  - Enviada la Nota de Pedido y habiéndole hecho el exportador el Acuse de Recibo, se producirá luego la aceptación de las condiciones de venta señaladas en la Factura Proforma u otro documento legal comercialmente sustituible por parte del importador (comprador extranjero), finiquitándose posteriormente el Contrato de Compraventa Internacional entre vendedor y comprador, a través de fax, télex o correo electrónico, donde se especificará muy claramente lo que, más tarde, estará señalado en la **Carta de Crédito**: cantidad, vía de transporte, seguros, condiciones de embalaje, duración de la oferta, modalidad de venta, cláusula de venta, forma de pago, lugares de depósito, puerto de origen y destino, certificaciones, etc.
  - El comprador extranjero solicita a su Banco Comercial la apertura de **Carta de Crédito** en favor del exportador argentino, tomando el banco comercial el nombre de Banco Emisor, procediendo a abrir la Carta de Crédito.
  - Recepción de la **Carta de Crédito**: El Banco local recibe la carta de crédito o, más propiamente dicho, el Documento de Crédito. La revisa y confirma la Carta de Crédito. Le notifica al banco emisor la aprobación del documento.
- El exportador procede luego a cumplir las obligaciones estipuladas en la Carta de Crédito y/o solucionar las eventuales discrepancias existentes.
- Solicitud de la Prefinanciación: Si necesita dinero, puede acudir con la **Carta de Crédito** (notificado por cualquier banco) a solicitar una prefinanciación de exportación a su propio banquero y/o al **CFI**.
- Preparación del embarque: Usted deberá ocuparse de:
    - a) Producir la mercadería, adaptándola estrictamente a las exigencias de los organismos públicos intervinientes (**INAL, SENASA**, etc.) y, más aún, a las de los propios compradores.
    - b) Embalarla adecuadamente.
    - c) Marcar los bultos, en especial cuando vayan como carga suelta, con letras, números o ideogramas para que sean protegidos durante todo el trayecto o bien tratados y manipulados durante los transbordos, y sean fáciles de identificar remitente y consignatario.
    - d) Conseguir los documentos exigidos por el comprador. Pueden haber sido indicados en la Carta de Crédito o en la orden de compra o en comunicaciones recibidas.
- El Despachante de Aduanas, una vez que recibió instrucciones suyas como exportador, presenta el Permiso de Embarque de Exportación a la Dirección General de Aduanas (ex Administración Nacional de Aduanas - A.N.A.). Recuerde que este cobra el 1% de la facturación en concepto de honorarios.
- Para que el Despachante de Aduana confeccione el permiso de embarque de exportación, el exportador deberá proporcionarle los siguientes documentos (la utilidad de cada uno se describe en el **ANEXO**):
- **Factura de exportación**, con los valores definitivos de la operación, indicando entre otras cosas: descripción de la mercadería (detallado), con marca y modelo (de corresponder), valores unitarios y totales de las mismas, datos del exportador e importador (completos), condición de venta y de entrega, peso neto y bruto del total a embarcar, si es primera o segunda calidad, vía de transporte a utilizar, y todo otro dato a tener en cuenta en la operación.
  - **Certificado de origen, de ALADI, Mercosur o el S.G.P.**
  - **Visaciones, certificados, vistos buenos** y otros que, por disposiciones legales, ciertas mercaderías deben acreditar ante la Dirección General de Aduanas.
  - **Formulario 446 de la AFIP**

- **Lista de empaque** (packing list).
- **Certificado fitosanitario**, cuando sea aplicable, emitido por el SENASA .

**Documento de carga:** es decir el formulario emitido por el transportista que prueba que se ha realizado el embarque.

**Póliza de seguro:** emitida por un asegurador, no después de la fecha de embarque, en favor, generalmente, del comprador o del **Banco** que emitió el **Carta de Crédito**.

Usted debe obtenerla, pagar la prima y entregarla al comprador, si ofreció la cláusula de entrega **CIF** o **CIP**.

Cuide muy especialmente que todos estos documentos cumplan estrictamente con lo solicitado en la **Carta de Crédito** y que no existan incongruencias entre ellos.

Entrega los Documentos al Despachante: Proporcione por lo menos dos copias firmadas de la factura (**E**); copia la **Carta de Crédito** y tres copias de la lista de empaque, junto con las instrucciones completas referentes a la compañía transportista.

- **Funciones del despachante:** Su despachante deberá confeccionar el permiso de embarque, presentarlo en la Aduana, obtener su aprobación y coordinar con el transportista el lugar y momento en que se realizará la verificación aduanera. También tramitará la obtención del **Certificado Fitosanitario** y del **Certificado de Origen**. Asimismo usted podrá pedirle que reúna y revise la documentación a presentar al Banco.
- **Contratación de Flete y Reserva de Bodega:** Este aspecto es de vital importancia en el comercio internacional, ya que una parte considerable del precio del producto a exportar procederá del transporte, almacenaje, carga, estiba y seguro, la cual variará en función del Incoterm utilizado. Por eso, y a fin de llevar al mínimo los costos de transporte y de elegir el modo mas apropiado según el producto, es conveniente conocer todas las opciones disponibles al momento de comenzar un proyecto de exportación. Es importante destacar que, dada la complejidad del transporte, si no se tienen los conocimientos suficientes, suele ser beneficioso solicitar la asistencia del agente de cargas o de personal especializado.

Este contrata el flete, lo paga y toma el seguro si correspondiera. Si usted vende **FOB**, el flete lo elige, lo contrata y lo paga el comprador. Si vende **CFR** o **CIF**, estas tareas quedan a su cargo .

- El exportador solicita al transportista una reserva de espacio, indicando el peso, volumen y otras características de la carga:
  - a) La empresa de transporte recibe la Nota de Reserva de Espacio y avisa al exportador la confirmación de dicha reserva, procediendo además, a emitir la Orden de Embarque, la que puede ser enviada directamente al Despachante de Aduanas escogido por el exportador.
  - b) El exportador, luego de recibir la confirmación de espacio, se pone en contacto con su Despachante de Aduanas para entregarle las instrucciones pertinentes y los documentos para el embarque.
- **Recepción del Contenedor y Revisión del mismo.**
- **Carga del Contenedor:** Al respecto se menciona que en el mundo existen dos medidas. Por lo expuesto deben considerarse ciertas precauciones técnicas y ciertos límites en las cantidades a enviar. Así también y conociendo las medidas, le permitirá planificar su carga de mejor modo y advertir si le conviene, para un mejor aprovechamiento, enviar sus productos desararmados (por ej., muebles). A continuación se alcanzan las medidas que son de carácter universal.

### Medidas máximas que cargan según los productos y su embalaje

DIMENSIONES USUALES	40'CONTAINER 40'X 8'X 8'		
	Profundidad	Alto	Ancho
Externa	40'=12190mm	8'=2435mm	8'=2435mm
Interna	39'6=12020mm	7'8=2335mm	7'2=2185mm
Cap. Cúbica	2172 cft = 61.5 m3		
Pesos	Tare weight 7470 lbs = 3390 kg Max load 59730 lbs = 27090 kg Peso máximo Total 67200 lbs = 30480 kg		

DIMENSIONES USUALES	20'CONTAINER 20'X 8'X 8'		
	Profundidad	Alto	Ancho
Externa	20' = 6055mm	8' = 2435mm	8' = 2435mm
Interna	19'5 = 5935mm	7'9 = 2370mm	7'4 = 2248mm
Cap. Cúbica	1116 cft = 31.6 m3		
Pesos	tare weight ca 4300 lbs 1950 kg Max load 40500 lbs 18370 kg Peso máximo Total ca.44800 lbs 20320 kg		

DIMENSIONES USUALES	40'CONTAINER 40'X 8'X 8''		
	Profundidad	Alto	Ancho
Externa	40' = 12190mm	8' = 2435mm	8'3 = 2587mm
Interna	39'6 = 12020mm	7'8 = 2335mm	7'2 = 2283mm
Cap. Cúbica	2367 cft = 67.0 m3		
Pesos	Tare weight 8355 lbs = 3790 kg Max load 58845 lbs = 26690 kg Peso máximo Total 67200 lbs = 30480 kg		

DIMENSIONES USUALES	20'CONTAINER 20'X 8'X 8'6		
	Profundidad	Alto	Ancho
Externa	20' = 6055mm	8' = 2435mm	8'6 = 2591mm
Interna	19'5 = 5894mm	7'9 = 2340mm	7'10 = 2395mm
Cap. Cúbica	1165 cft = 33.0 m3		
Pesos	tare weight ca 5401 lbs 2450 kg Max load 44800 lbs 20320 kg Peso máximo Total ca.50201 lbs 22770 kg		

### Container de 20':

Abertura de la puerta: 226 cm x 226 cm

Peso máximo permitido: 21.700 kg

### Carga usualmente hasta:

A título de ejemplo y sin referirnos expresamente a productos artesanales, acercamos datos de productos conocidos y que por analogía en sus dimensiones y/o cajas contenedoras le serán útiles a la hora de determinar las posibilidades de carga:

900 cajas de ajo en madera de 10 kilos

500 cajas de manzanas de 2 kg (reefer)

550 cajas de peras de 24 kg (reefer)

68 tambores de 32 kg de mosto concentrado (ctn. dry,)

### Container de 40'

Abertura de la puerta: 228 cm x 226 cm

### Carga usualmente hasta:

1700 cajas de 10 kg de ajos (reefer) (ctn.ventilado)

1700 cajas de 10 kg de ciruelas (reefer)

1700 cajas de 10 kg de ciruelas, damascos y duraznos secos (ctn.dry)

1100 cajas de 12 botellas de 750 cc de vino (ctn. dry).

A continuación analizaremos en función de nuestro producto que tipo de transporte nos conviene contratar: en función de algunas limitaciones típicas de cargas máximas, de velocidad en la entrega, del costo, en función de su fragilidad y de la necesidad o no de un embalaje de transporte.

### Elección del transporte según el producto a exportar

CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO	MODALIDAD DE TRANSPORTE			
	Vial	Ferrovial/ Marítimo	Fluvial/ Marítimo	Aéreo
Vida del producto: Perecedero	No Recomendado	No Recomendado	No Recomendado (sólo con cámaras frigoríficas)	
Vida del producto: Semidurable	Óptimo	Bueno	Bueno(a granel o container)	Bueno (para alto costo / vol. o peso)
Vida del producto: Durable	Bueno	Óptimo		
Rapidez en la entrega	Normal	Dudoso (depende de las salidas)	Lento	Óptimo
Tipo de Carga: A granel	No Recomendado (solo en carrocerías especiales)	Óptimo	Óptimo	No Recomendado
Tipo de Carga: Bolsas / Cajas (palletizadas)	Óptimo	No usual (para tramos intermodal)	Bueno	Óptimo (para alto costo / vol. o peso)
Tipo de Carga: Container	Bueno (para tramos tipo intermodal)	No usual (para tramos intermodal)	Óptimo	Bueno (en containers aéreos)

CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO	MODALIDAD DE TRANSPORTE			
	Vial	Ferrovial	Fluvial/ Marítimo	Aéreo
Fragilidad	Bueno (con embalaje especial)	No Recomendado	Normal (en container con embalaje especial)	Óptimo
Necesidad de Embalaje	Media	Alta	Alta	Baja
Costo del transporte	Oneroso	Bueno	Muy bueno	Muy oneroso

- Permiso de Embarque de Exportación: Presentado este Permiso ante la Aduana respectiva, este documento procederá a ser numerado y fechado, con la debida firma legalizada, siempre que se haya dado cumplimiento a todas las instrucciones para confeccionar el citado documento. Luego de presentado el permiso de embarque ante la **D.G.A.**, esta asigna el canal de selectividad al documento (canal verde o canal rojo), habiendo también presentado el aviso de embarque y estando la mercadería a exportar en deposito fiscal.

El guarda aduanero estampará el cumplido en el permiso de embarque con la firma y fecha del mismo, y procederá a remitir la carga a zona primaria aduanera, donde el guarda de este recinto, estampará el cumplido final. (mercadería a bordo).

- Verificación aduanera: A cargo del Despachante de Aduanas, con personal aduanero, en el propio establecimiento del exportador o en el Puerto Seco. El despachante entrega al transportista las mercancías con la Orden de Embarque para proceder a la carga.
- Aviso al comprador: Una vez realizado el embarque, debe notificar inmediatamente del mismo al comprador por fax, adjuntando los documentos de embarque para que pueda tomar el seguro de transporte de la carga (si el riesgo de transporte está a su cargo) y preparar el despacho aduanero de importación en su país.
- Presentación de la documentación al **Banco**: Todos los documentos de embarque solicitados en la **Carta de Crédito** deben ser entregados, al **Banco** notificador para su revisión, en un plazo que el mismo documento indica (a más tardar dentro de los 21 días de la fecha de embarque).

- Aprovechamiento de los incentivos a las exportaciones: Casi todas las exportaciones a países fuera del Mercosur tienen derecho a cobrar un beneficio llamado reintegro, es decir un pago que realiza la Aduana con cheque a nombre suyo, "no a la orden", y que gestiona el Despachante de Aduanas.
- Pago a intervinientes: El **Banco**, cuando liquidó las divisas, cobró sus gastos y comisiones. Ahora resta pagarle a la compañía de transportes, a la compañía de seguros, al despachante de aduanas y los otros gastos que hayan quedado pendientes (gastos de puerto, paletizaciones, movimientos de mercaderías, fletes internos, etc.).

A continuación se describe el proceso de exportación en un diagrama recordativo, el cual puede ser ampliado y colocado en la oficina como ayuda memoria. Esto cabe para la suma de cuadros incluidos y realizados a color para una mejor comprensión:

### 18. Mercaderías que ingresan o egresan vía Courier

En el mundo de logística para el envío de mercaderías al exterior, existe una paleta muy amplia de posibilidades que el empresario-artesano mínimamente debe conocer.

En este marco, tal decisión descansa en el grado de compromiso que el artesano desea en cuanto a su inserción en el mundo de las exportaciones. Normalmente, frente a oportunidades comerciales que se le presentan, surge esta necesidad de madurar nuevas formas de vender sus productos.

Citamos que eran las invitaciones a eventos internacionales los detonadores en la incursión en comercio exterior por parte de los artesanos, quienes encuentran una solución a sus problemas de comercialización en el mercado local.

También se mencionó que por lo general, el provenir de una economía informal le formulaba grandes dificultades en tal incursión. Así aludimos a la existencia de la modalidad "Courier" para el envío de productos artesanales al exterior, característica de gran recurrencia por parte de los trabajadores del sector.

### 18.1 La normativa:

Si bien la normativa cambiaria en vigencia ha tenido en cuenta un sinnúmero de situaciones, hay una que aparentemente no ha sido contemplada y es el caso de los envíos al exterior de mercaderías vía courier.

Quienes son usuarios habituales de este sistema conocen que, en la práctica, no está alcanzado por el régimen de Seguimiento de Negociación de las Divisas provenientes de las exportaciones (SECOEXPO) implementado por la Com. "A" 3493, sus modificatorias y complementarias.

Esto es así, dado que la documentación aduanera utilizada para registrar este tipo de operaciones, no presenta la opción de designar a un Banco para realizar el antedicho control.

No obstante, la mayoría de las exportaciones realizadas por dicha vía no están "expresamente" exentas del seguimiento y control, lo que se corrobora analizando los términos de las distintas Comunicaciones referidas que tratan el tema: "A" 3587, "A" 3693, "A" 3751, "A" 3812 y las aclaratorias "C" 35465 y "C" 35504.

Corresponde puntualizar que los exportadores "no están en absoluto liberados" de la obligación de ingresarlas, negociarlas y liquidarlas, dentro de los plazos máximos estipulados por la legislación vigente para cada tipo de mercadería. Habida cuenta del difundido uso de los courier entre los operadores internacionales, tanto para el ingreso como para el egreso de las mercaderías, es conveniente señalar algunos aspectos de relevancia referidos al tema.

Señalamos que para conocer el procedimiento relativo a la actividad de los courier en materia aduanera, corresponde remitirse a la Res. ANA N° 2436 /1996, modificada parcialmente por la Res. ANA N° 3236 /1996, ambas emitidas en el marco del Decreto N° 1187 /1992.

En función de lo establecido en dicha normativa, los courier pueden ofrecer un servicio que está beneficiado por la posibilidad de realizar despachos "simplificados"(ver exportación simplificada), lo que implica declarar genéricamente a la Dirección General de Aduanas los datos relativos a todos los embarques en forma conjunta, mediante el uso, en importaciones, de la Solicitud Particular

(Form. OM - 1125) y, en exportaciones, de la presentación de la Planilla de Exportación (Form. OM- 476), evitando de esta manera la confección de un despacho de importación o un permiso de embarque de exportación por cada operación que se lleve a cabo.

El procedimiento que antecede, puede ser utilizado siempre y cuando se cumplan los siguientes requisitos:

- Que los embarques de mercaderías desde o hacia el exterior, no superen el peso de 50 (cincuenta) kilogramos.
- Que el valor FOB (Ver 2.1. Los Incoterms), se trate de importaciones o exportaciones, no supere la suma de US\$ 3.000 (tres mil dólares estadounidenses). Corresponde aclarar que no existe limitación alguna relativa a la cantidad de ingresos mensuales, anuales o de otra índole, por lo cual un mismo operador puede utilizar esta modalidad sin restricciones.
- Que las mercaderías involucradas no estén sujetas a identificación aduanera.
- Que los bienes no estén sujetos a la aplicación de prohibiciones o a la intervención de otros Organismos, esto, siempre que resulte exigible el cumplimiento, por parte del importador o exportador, de determinadas condiciones ante el organismo competente para autorizar la destinación.
- Que no estén sujetas a la presentación de Certificados de Origen (incluyendo ALADI y Mercosur), a menos que se opte por el tratamiento que corresponda a la mercadería para países de extrazona.
- Que no se pretenda aplicar a las mercaderías, regímenes especiales en materia tributaria.

Con relación a lo mencionado en el punto 6. precedente, debe tenerse presente que los bienes transportados mediante el régimen que nos ocupa, están sujetos al pago de los tributos de exportación y de importación para consumo, con excepción del pago de la Percepción de IVA adicional y de la Percepción del Impuesto a las Ganancias, conforme a lo establecido por la AFIP en su Resolución N° 11/97 del 21/08 / 1.997 (publicada en el Boletín Oficial N° 28.716 del 26/08 / 1.997).

Complementariamente, los exportadores deben tener en cuenta que por las exportaciones a consumo que realicen utilizando esta vía, no tendrán acceso a la percepción de estímulos a la exportación.

## 18.2 Quiénes lo hacen:

Federal Express Argentina - Courier Internacional (Fed Ex)

[www.fedex.com.ar](http://www.fedex.com.ar)

UPS - United Parcel Services - Courier Internacional

[www.ups.com](http://www.ups.com)

Correo argentino - [www.correoargentino.com.ar](http://www.correoargentino.com.ar)

TNT- [www.tnt.com](http://www.tnt.com)

DHL International - [www.dhl.com.ar](http://www.dhl.com.ar)

## 18.3 Los alcances del servicio Courier:

Con el solo fin ilustrativo, brindamos un ejemplo de la paleta de servicios que ofrecen las empresas con distintos títulos, pero con similares alcances.

### Special Express:

La entrega más flexible y personalizada a cualquier destino. Le ofrece una solución a la medida de sus envíos urgentes o que deban ser tratados en forma especial, como el retiro y la entrega inmediata, packaging adecuado, entre otros. Los retiros y entregas pueden realizarse fuera del horario habitual de oficina o a la hora acordada.

### Global Express:

Este servicio ofrece entrega de sus envíos en 24 horas a las principales ciudades del Mercosur y tiempos de tránsito preestablecidos para el resto del mundo. Las mismas se realizan de lunes a viernes en horario de oficina.

### 9.00 y 12.00 am:

Con este servicio garantizamos la entrega antes de las 9 de la mañana o de las 12 del mediodía del día preestablecido y la confirmación automática de la misma.

### Next Day:

Permite enviar o recibir documentos con un tiempo de entrega de 24 horas, opera hacia y desde la ciudades de Córdoba, Mendoza, Mar del Plata y Rosario. Además cuenta con las mismas características cualitativas que un envío internacional, ofreciéndoles tiempos preestablecidos de entrega y la confirmación de la misma, el seguimiento de la guía a través de Internet, vía e-mail o a través de nuestro Centro de Atención Telefónica.

### International Next Day:

Este servicio permite enviar o recibir documentos con un tiempo de entrega usual de tan sólo 24 horas desde y

hacia 5 de las principales ciudades de América --Buenos Aires, Miami, Nueva York, Santiago de Chile y San Pablo. Además ofrece tiempos preestablecidos de entrega y la confirmación de la misma, el seguimiento de la guía a través de Internet, vía e-mail o a través de nuestro Centro de Atención Telefónica.

### Economy Express:

Para los envíos menos urgentes, a un precio más económico y con la misma calidad de servicio. La entrega se realiza de lunes a viernes en horario de oficina, usualmente, entre los 6 y 8 días hábiles. Este servicio facilita las operaciones logísticas de transporte de mercaderías de los importadores y exportadores ya que combina rutas aéreas y terrestres, lo que significa una reducción en los costos de envío, y es ideal para la exportación e importación de envíos de más de 50 kilos y hasta 250 kilos.

#### 18.3.1 Opciones:

##### Priority:

Para envíos urgentes, esta modalidad acelera el tiempo de tránsito habitual mediante un tratamiento prioritario del paquete desde su retiro hasta el momento de la entrega.

##### Free Domicile:

La entrega de los envíos puede ser totalmente a cargo del cliente. Solicitando este servicio se gestiona el pago de impuestos aduaneros por anticipado, que luego son facturados, de modo que el destinatario reciba el envío sin ningún costo.

##### Seguro de Mercadería:

Pone a disposición de los clientes la opción de asegurar el valor de la mercadería. Esta propuesta adicional proporciona protección y compensación económica en situaciones específicas según el valor real declarado de la mercadería, para los envíos de exportación o importación, por courier o por carga aérea, marítima o terrestre, tanto nacionales como internacionales. La prima de este seguro es del 2% del valor declarado.

## 19. Costos comparativos:

Como mero ejemplo, se proporcionan costos para enviar mercancía a través de los medios tradicionales y su

comparativa con el sistema courier. Para dicho ejemplo suponemos que el artesano interviene en una feria internacional en Francia, España o Italia. Así también se ha definido el ejemplo para el envío de hasta 1 m3 y/o 167 kg, que es lo que pagan como máximo los organismos cuando planifican la invitación a artesanos al exterior.

Resulta imprescindible acotar el volumen que se traslade, atendiendo a las dificultades que acarrea definir las posiciones arancelarias (P.A.) de los productos, las posibilidades en bodega para su traslado en tiempo y forma, pero por sobre todo los enormes costos que significa tal operación. Es cierto que cuando se organizan estas intervenciones con plazos superiores a los tres meses, se abaratan dichos costos enviando la mercancía vía barco, pero lamentablemente son plazos muy difíciles de cumplimentar por los organismos sean estos públicos y/u ONG.

Si bien es cierto que el volumen y/o peso están estrechamente vinculados con los retornos (\$) para la empresa y/o artesano, estos deberán estimar objetivamente que productos llevar, de modo tal que las expectativas de venta se cumplan y estén en concordancia con el volumen previsto.

Normalmente hay que definir el volumen que se traslada para que el Despachante realice la reserva de bodega, recordando que la relación peso / volumen para el aforo de la mercadería es de 1 m3 = 167 kg y se toman siempre el mayor de ambos.

### 19.1 Caso de una exportación definitiva:

En este caso y referidos a la misión a Europa que se plantea, el artesano debe ser exportador, y enviar su mercadería como exportación definitiva (puede ser también a consignación y/o temporaria).

#### Las tarifas son:

- **flete + derechos de exportación + despachante + derechos de ingreso mercadería en Europa** (Milán, Madrid y/o París)

#### Flete Internacional Buenos Aires / Milán:

+100	US\$ 3,44 p/kg – Volumen.
+300	US\$ 3,00 p/kg Volumen.
Fuel Surcharge	US\$ 0,60 p/kg

Security Charge	US\$ 0,13 p/kg
Cargo Palatizado	US\$ 10,00

Acarreo hasta el Aeropuerto Internacional de Ezeiza, será determinado de acuerdo con la cantidad de bultos, kilogramos y distancia de retiro.

#### Cargos en Buenos Aires:

Handling I.F.F.	US\$ 60,00 + IVA
Deposito Fiscal Aeropuerto	US\$ 0,01 p/kg + US\$ 5,20 p/Documento de Aduana + IVA.
Cargo Aeropuerto	US\$ 35,00 + IVA

#### Tramitación Documentación Aduanera:

Honorarios Desp. Aduana	\$ 750,00 + IVA
Gastos Despacho	\$ 700,00 + IVA
Honorario Pago Derechos	\$ 650,00 + IVA

Los derechos de exportación en consignación se garantizan, los valores se ajustan de acuerdo con la cantidad de pólizas y los montos a asegurar. La cotización no incluye el retiro de las mercaderías, los embalajes de las mismas, ni demoras y/o almacenajes que se produzcan en algún deposito.

Tarifas aplicadas para carga general; no se contempla, salvo aclaración al respecto, mercadería peligrosa, productos perecederos, restos humanos, ni carga sobredimensionada.

#### Otros ejemplos:

Al exportar más de 300 kg, bajan los costos y los honorarios del despachante deben negociarse para bajar costos a igualdad de calidad en los servicios. Como hay una gran cantidad de artesanos en provincia pueden recurrir a despachantes en sus lugares de origen, que en general son más económicos que los de Buenos Aires. Un claro ejemplo es el siguiente, con un despachante en la ciudad de Salta y a la feria antes enunciada: Haciendo una exportación definitiva, estaría rondando los US\$ 3 el kg, lo que multiplicado por 300 kg nos da un total de US\$ 900 + el costo del despachante US\$ 100+ el 5 % del valor declarado (ídem anterior) US\$ 150. Resultaría un total de: US\$ 1150. Como se aprecia es menester consultar presupuestos.

De todos modos todas estas cavilaciones son para aquellos artesanos que pretenden conducirse a una feria en el exterior y/o porque ya cuentan con clientes potenciales a los cuales dirige su mercadería. En este último caso ya se mencionó en el capítulo 2.1 Las Incoterms (EX-WORKS: EN FABRICA) las bondades y aseguramiento que tienen los artesanos con el usos de esta variante.

### 19.2 Gastos en el país destino:

Son aquellos referidos al movimiento de los bultos que llegan al país destino y su traslado en este caso a lugar del evento. Por ejemplo en la Feria "Il Artegiano" que se desarrolla en Milán, resulta unos 575 euros conducir la mercadería desde el Aeropuerto hasta el lugar del evento y luego el depósito y entrega en el interior del mismo. En la Argentina esta modalidad no es usada, pero en el exterior los organizadores de exposiciones se manejan de este modo y son números a tener en cuenta. Una vez en el depósito del evento a no dejarse llevar por ansiedad, pues nos llevará el día hasta que -luego de algunos ruegos- contemos con nuestras artesanías para armar finalmente el stand.

### 19.3 Vía courier:

Con la modalidad de envío a través de courier, como ya se mencionó, cada artesano entrega directamente su mercadería en cajas que no deben pesar más de 50 kg c/u y cuyo contenido no supere los US\$ 3.000 c/u.

**Para este caso las tarifas a contemplar son las siguientes:**

- **Courrier + derechos de importación + acarreo dentro de la feria.**
- Flete: US\$ 6 / kg. Por DHL
- Derechos de importación: 5 % del valor declarado
- Gastos de acarreo en la feria (figura en los tarifarios de los eventos\*). Atendiendo que el courier es puerta a puerta y eventualmente dejarían la mercadería en el lugar del evento y no en el aeropuerto.

Como conclusión, se aprecia que la exportación bajo la modalidad descrita inicialmente, resulta casi el doble con relación al precio que se pagaría por courier, esta última resulta mucho más simple, atendiendo que no es necesario inscribirse como exportadores, se elimina la

figura tanto del despachante como la del importador, ya que el mismo courier presta ese servicio (el cual ya esta incluido en la tarifa), y lo interesante del sistema: es que no se necesita hacer ingresos de divisas.

### Ejemplo comparativo:

#### Por exportación definitiva:

Flete: 167 kg x US\$ 3,09= US\$ 516,03 + US\$ 85,00 = US\$ 601,03

Derechos: 5% del valor declarado en la factura, supongamos US\$ 5.000= US\$ 250

Despachante: US\$ 200

Derechos de importación: US\$ 250

Envío de la mercadería del aeropuerto a la feria: 330 euros x 1,25= US\$ 412,50

- **Total US\$ 1713,53**

#### Por modalidad courier:

167 kg x 6,00= US\$ 1002,00

Derechos de importación siendo el valor declarado US\$ 5000= US\$ 250

Acarreo de la mercadería en la feria = 220 euros x 1,25= US\$ 275

- **Total US\$ 1527,00**

## 20. Documentación personal

Para emprender un viaje para presentar los productos en una exposición internacional como "Il Artegiano", es menester reunir una serie de requisitos indispensables.

### 20.1 Pasaporte:

El empresario-artesano deberá tener el pasaporte al día y consultar si el país a visitar requiere además la tramitación de una visa (caso Estados Unidos).

---

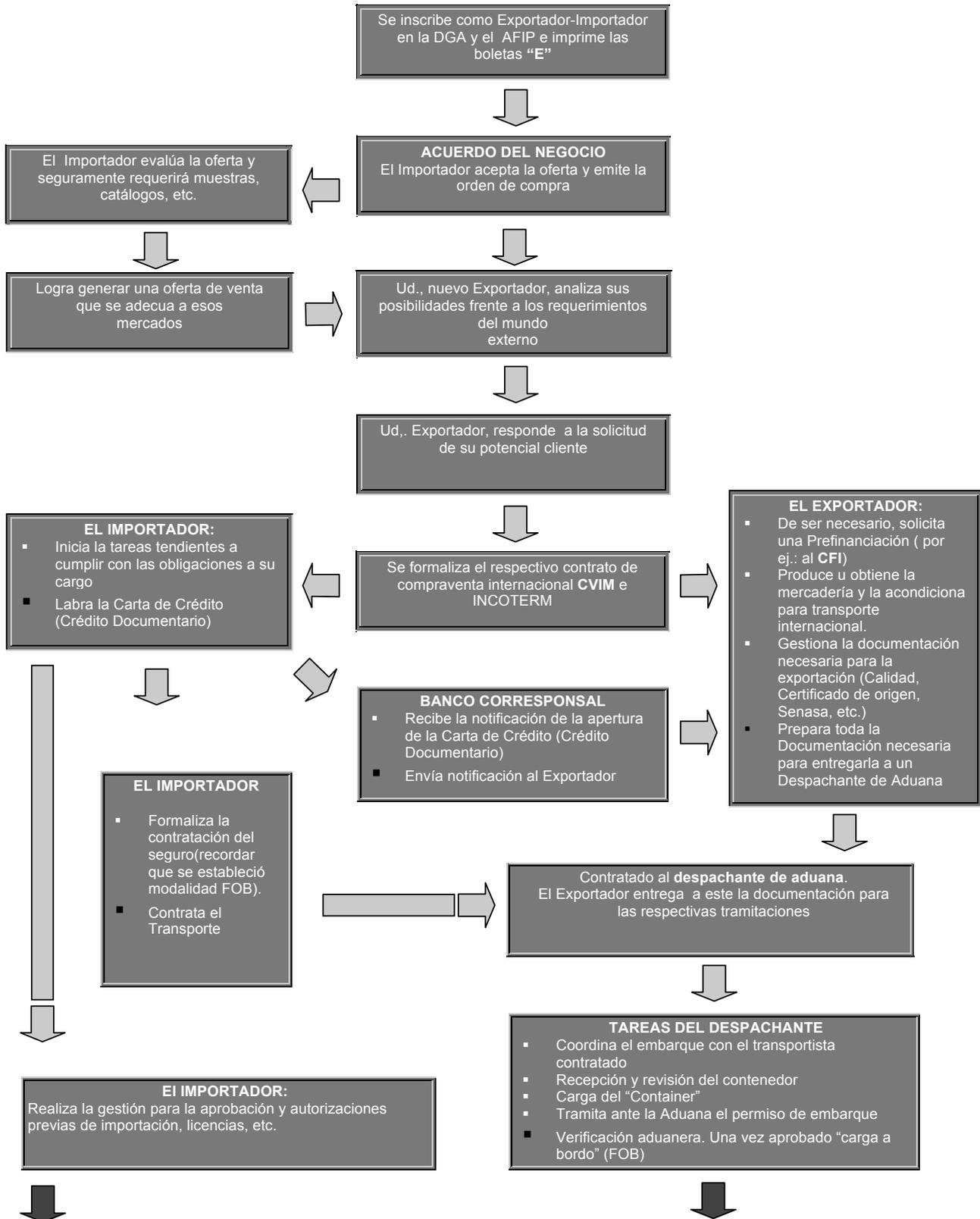
\* Los organizadores de eventos internacionales normalmente consolidan convenios con empresas de servicios de exportaciones, y éstas se ocupan de las gestiones en el país destino (traslados de los productos desde aeropuerto a feria, etc.)

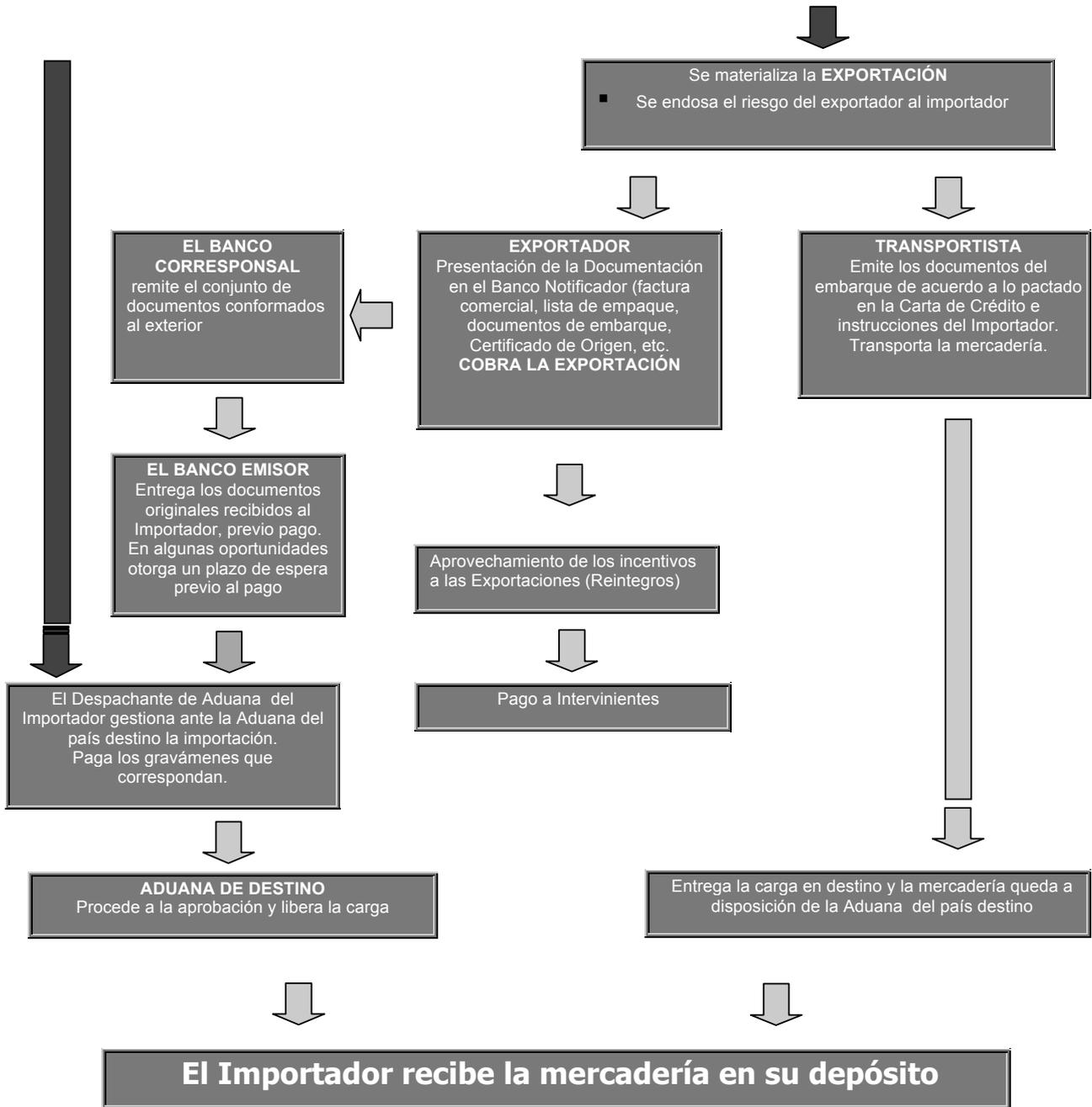
## 20.2. Requisitos como exportador

Si el empresario-artesano exporta sus productos por los medios tradicionales, deben contemplarse los siguientes temas:

1. Inscripción ante Aduana.
2. Copia del C.U.I.T.
3. Banco con el que opera regularmente (para el ingreso de las divisas)
4. Copia de la factura pro forma, con valores unitarios y totales, en papel membrete del Exportador. Se necesitan tres copias firmadas en original.
5. Copia de la lista de empaque, con pesos netos, brutos y medidas de los bultos, en papel membrete del exportador. Debe estar detallado el contenido bulto x bulto. Se necesitan tres copias firmadas en original, ídem punto anterior.
6. Será requisito INDISPENSABLE el pago de los derechos de exportación al momento de la misma. Es el 5% del valor declarado en factura.
7. NO SON SUGERIBLES las exportaciones temporales. Esta debe ser una "Exportación en Consignación".
8. Hay que tener en cuenta que cada Operación de Exportación implica una guía aérea, una operación aduanera y en consecuencia resulta para cada caso: una operación independiente.

Diagrama de una operación de exportación simple





**Nota:** El Diagrama responde a una exportación bajo condición FOB y forma de pago a través de una Carta de Crédito (Crédito Documentario).

**Fuentes:** ProMendoza, CPCECF(<http://www.cpcecf.org.ar>) y elaboración propia.

## Un viaje al exterior, una experiencia para contar...

### 21. EXPÓNICA

En esta primera experiencia, convocados por el Gobierno de la provincia de Salta a través de su Ministerio de la Producción y con la colaboración del Consejo Federal de Inversiones, se inició un nuevo camino no sólo para los artesanos de Salta, sino para todas aquellas regiones cuyos artesanos vienen bregando por iniciativas similares que cuenten con el apoyo de los Estados provinciales y de sus organismos.

A partir de esta prueba y atendiendo los requerimientos del mercado en cuanto a que la artesanía argentina está de moda en el mundo, el CFI y las provincias argentinas han iniciado una promoción de esta modalidad en los grandes acontecimientos feriales internacionales. Paralelamente se organizó durante todo el 2005 un ciclo de muestras en las Salas Federales del Consejo en Buenos Aires con intenciones serias de promoción de las artesanías de todas las regiones del país y la respectiva formación de los artesanos intervinientes para una futura experiencia en los mercados internacionales

#### 21.1 Justificación

La Misión Comercial al Exterior fue planificada con artesanos de Salta y se enmarcó en el Programa de Promoción de la Producción Regional Exportable de apoyo al desarrollo empresarial de las pequeñas y medianas empresas argentinas y en las líneas de acción programadas para el Sector artesanal en el Área FIDER del CFI, dirigida a los artesanos, productores, asesores técnicos y comercializadores del sector, de la provincia de Salta.

Paralelamente, esta asistencia brindó la posibilidad de promover y exaltar los atractivos turísticos y productivos de la provincia de Salta en Miami en el marco del evento Expónica.

Para hacer frente a los nuevos desafíos y beneficiarse al mismo tiempo con las oportunidades que ofrece la mundialización, el denominado "nuevo" artesano debe responder, como ya se mencionó, a las tendencias del mercado. Por ello, el Gobierno de Salta consideró de gran importancia la participación de artesanos de su provin-

cia, del Mercado artesanal y de la Secretaría de Cultura de la provincia, en "La Feria de las Américas", para responder a las demandas de los clientes de los Estados Unidos y representar dignamente a la provincia en ese país.

#### 21.2 Datos del evento

La Feria de las Américas convoca cada año más de 60.000 personas, constituyendo así una gran oportunidad para que los participantes puedan exponer, comercializar y vender sus productos, siendo lo más importante, los contactos que se establecen con distribuidores de los Estados Unidos, quienes les generan negocio para el resto del año.

#### 21.3 Objetivos

Particularmente, la participación en Expónica 2004 tuvo los siguientes objetivos:

- Fomentar la venta de productos.
- Alentar el acercamiento de los artesanos con los otros expositores, con el objeto de estimular su permanente superación.
- Promover las artesanías salteñas, demostrando el desarrollo que alcanzaron.  
En forma paralela, apoyar el comercio de los productos artesanales, las exportaciones y el turismo.
- Vincular a las distintas áreas del conocimiento que se relacionan con las artesanías, con la finalidad sistemática de responder a las solicitudes del mercado y la comercialización.
- Sensibilizar al artesano para mayor utilización del diseño como estrategia de competitividad.
- Promover el compromiso de las asociaciones.
- Incentivar, diseminar y valorizar la artesanía nacional y, particularmente, la de Salta en el exterior.
- Generar el fortalecimiento y consolidación de la marca regional "Producto de Salta".
- Propiciar el aumento y diversificación de las exportaciones de productos artesanales.
- Promover el desarrollo de los productos basados en materias primas propias de la región.

#### 21.4 Datos de los participantes

##### • MERCADO ARTESANAL

En una antigua casona de gruesos muros (siglo XVII) desde casi cuarenta décadas, se guarda la milenaria destreza

de la mano de los cultores de la artesanía salteña y en ella la sabiduría transmitida a lo largo de generaciones de pueblos que supieron mantener sus raíces. Cada artesanía lleva el sello institucional que garantiza la calidad y originalidad del producto.

• **SECRETARÍA DE CULTURA DE LA PROVINCIA DE SALTA**

La Secretaría de Cultura de Salta promueve la difusión y comercialización de las artesanías desde su fuerte filiación cultural, atendiendo al contexto social de los artesanos.

La diversidad de culturas originarias de nuestro territorio y su evolución, justifica una categoría especial de protección y puesta en valor para los artesanos indígenas (Etnias wichi y chané), así como para aquellas tradiciones del patrimonio popular. La Secretaría de Cultura otorga la certificación de autenticidad artesanal a los productos mencionados.

• **RAMÓN AMBROSIO BURGOS**

Presentó tapices paisajísticos y rupestres en lana de oveja teñida, que denotan el entorno de Salta, entre iglesias, cerros y gente se va tramando el espíritu de nuestras raíces.

• **OSCAR GUILLERMO CONDORÍ**

Expuso cerámica precolombina, máscaras alegóricas y utilitarios que expresan la fuerza, el alma y la creatividad de culturas milenarias (Diaguita, Aguada, Calchaquí, Santamarianos y otros).

• **JOSÉ FERNANDO GARCÍA**

Los trabajos presentados fueron artículos de uso personal, hechos en alpaca, asta, y cuero crudo, que van desde pulseras, pasapañuelos, hebillas, llaveros, hasta objetos decorativos. Utiliza técnicas manuales como calado, cincelado, repujado, las cuales conforman una línea orientada a la platería tradicional del norte argentino.

• **SERGIO DAVID TOVI**

Rescatar utilitarios de otros tiempos ha sido el reto mayor de este artesano. Una línea de fuelles y menaje en cuero y madera maciza de algarrobo de primera calidad, donde diseño, originalidad y exclusividad se combinan para hacer de estos productos artesanías únicas en su tipo.

• **EMPRESA VILLA VICUÑA**

En ningún producto de la mano del hombre se refleja

el espíritu y la esencia de una cultura más rica y variada como en la cerámica. Los objetos que ofreció Villa Vicuña fueron pequeñas obras de arte que aportaron belleza y originalidad.

• **CARLOS ANTONIO ZENAVILLA**

Este artesano realiza la fiesta de Navidad expresada a través de pesebres, con personajes y vestimentas de los Valles Calchaquíes. Estos se realizan en una sola pieza, que representa la trilogía (el padre, la madre y el niño Jesús), y en piezas individuales; se puede incorporar los tres reyes, la vaca, el burro y las ovejas.

• **GUSTAVO WALTER OLIVA**

A más de 4000 metros de altura y desde el corazón mismo de la tierra, extrae la piedra ónix para convertirla en hermosas y singulares artesanías salteñas. Utilitarios, frutas, aves entre otros artículos, recrean con simplicidad lo mejor de nuestra tierra.

• **EMPRESA LA ISLA ARTESANÍAS TEXTILES**

Un grupo de artesanos dedicados a la producción de artesanías textiles, realizadas en pura lana de oveja y de llama. Hilados a mano, tejidos en telares artesanales del tipo inca y español. La variedad de diseños se caracteriza por su colorido y la incorporación de diferentes texturas y bordados a mano.

**Programa**

NOVIEMBRE DE 2004	
10-11-04	Partida hacia Miami.
11-11-04	Armado del stand. Encuentro c/ el señor Vicecónsul. Presentación de los artesanos en la Feria del Libro de Miami en el stand argentino.
12-11 al 14-11-04	Actividades en la Feria. Presentación del Sr. Ministro con el Sr. Cónsul en Miami.
15-11-04	Desarme del stand. Visita a la casa de Colombia en Miami
16-11 al 18-11-04	Entrevistas con importadores y agregados comerciales de otros países. Mercados Artesanales: Flea Market; Swap Shop Flea Market, y entrevistas concertadas: Arabismos; The Gilded Hand entre otros.
19-11-04	Regreso.

### 21.5. El despacho de la mercancía

Como mencionamos al inicio de la presente Guía, recordamos la necesidad de contratar a un despachante de Aduanas que allane nuestro camino en este emprendimiento de conducir nuestros productos a Miami.

Así, el CFI contrató los servicios de Tomás Wolf, quien se encargó de recibir y acondicionar los productos en una empresa que los empaqueta nuevamente, a fin de que los envoltorios se correspondieran con las leyes estadounidenses. Así también y en conjunto con el CFI, se indicaron las posiciones arancelarias para poder enviarlas. De este modo y de acuerdo con la información recibida, no solo se deben posicionar las mercancías, sino el conjunto de encerados, materiales, etc., material que se envió en concepto de "Exportación transitoria":

- 2 exhibidores de madera y vidrio de 0.60 de largo x 0.50 de ancho x 0.10 m de alto  
Posición arancelaria: **4421.90.00**
- 4 exhibidores de madera forrados en tela ( para colgantes) de 0.25 x 0.35m - **4421.90.00**
- 2 percheros de madera de 0.50 x 0.20 m - *9403.60.00*
- 1 caja de herramientas de plástico de 0.20 x 0.30 m - **3926.90.90**
- 1 pinza universal - **8203.20.90**
- 1 pinza punta rosario - **8203.20.90**
- 1 pinza sacabocado - **8203.20.90**
- 1 pinza de corte - **8203.20.90**
- 1 trincheta - **8214.10.00**
- 2 destornilladores - **8205.40.00**
- 1 kg de alambre
- 1 arco de calar
- 1 docena de sierra para calar - **8467.22.00**
- 2 prensas chicas - **8205.59.00**
- 4 cinceles - **8207.90.00**
- 2 martillos - **8205.20.00**
- 1 lámpara portátil ( 0.30 m)
- 2 limas de mano - **8203.10.10**
- 1 estaca de madera - **8205.59.00**
- 1 engrapadora - **8467.99.00**
- 1 telar de mesa de madera 0.80 x 1 m - **8446.30.90**
- 3 kg de lana de oveja
- 5 kg de arcilla roja

#### Sergio David Tovi – Utilitarios en madera y cuero

- Fuelles de madera con accesorios en alpaca y cuero (pueden ser con cuero con pelo de cabra y vacuno, sin pelo de cabra(cabritilla) o nobuk - **4420.90.00**
- Platos de madera (varias medidas) - **4419.00.00**
- Porta llaves - **4420.90.00**
- Cintos en cuero y chaguar - **4203.30.00**

#### Oscar Condorí – Alfarería precolombina en arcilla negra

- Máscaras alegóricas precolombinas **6914.90.00**
- Ánforas y jarrones **6913.90.00**

#### Ramón Burgos - Tapices

- Tapices en lana de oveja multicolores **6304.91.00**

#### Gustavo Oliva – Utilitarios en ónix **6802.99.90**

- Floreros
- Huevos
- Mapa de Salta
- Rosarios
- Portalibros

#### José Fernando García – Artículos personalizados en alpaca y plata **7117.19.00**

- Hebillas para cinto
- Pulseras
- Pasapañuelos
- Llaveros
- Dijes
- Tientos (colgantes y pulseras)

#### Aldo Rivera - textiles

- Ponchos en lana de oveja **6101.10.00**
- Cortes de picote y barracán **6117.90.00**
- Chales (oveja y llama) **6117.10.00**
- Ruanas (oveja y llama) **6117.10.00**
- Fajas **6117.90.00**

#### Villa Vicuña – Utilitarios en cerámica blanca y roja **6912.00.00**

- Platos
- Fuentes
- Tazas
- Teteras
- Azucareras

#### Secretaría de Cultura – Artesanía indígena y folclórica

- Máscaras Chané (hechas en palo borracho) **4420.90.00**
- Cerámica Chané (jarritas y animales hechas en cerámica roja decoradas con engobe) **6914.90.00**
- Manufacturas en palo santo (cristos, bateas, portarretratos, animalitos, cubiertos, fuente) **4420.90.00**
- Manufacturas en chaguar (polleras, colgantes, pulseiras, monederos, carteritas, cintos)
- Manufacturas en cuero (billeteras, agendas, llaveros en cuero de vaca sin pelo y en suela cocidos con tiento de cabra, portarretratos en cuero crudo con tiento, carteras en cuero con pelo) **4205.00.00**
- Manufacturas en alpaca y asta (mates, colgantes, pinchos) **7117.90.00**
- Manufacturas en hierro (portasaumerios, candelabros) **7326.90.00**

Seguramente usted se preguntará de nuevo ¿y esto para qué sirve?; pues bien, ya le mencionamos la necesidad que existía a nivel internacional de dar un “nombre” a los productos y que el resultado esté mas allá de las diferencias idiomáticas . Cabe recordar entonces que en el marco del comercio exterior, los **productos** a exportar se codifican a través de un sistema de designación de uso internacional llamado **Sistema Armonizado (S.A.)**. Entendiendo los efectos prácticos ineludibles que el sistema tiene y su relación intrínseca con los productos que usted hoy está exportando a Miami, refrescamos sus alcances:

El **Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancías** hace posible que una mismo producto y/o mercadería se codifique en forma idéntica, tanto en las tarifas de importación como de exportación de todos los países. De este modo se logra conocer el tratamiento que recibirá nuestro producto en el comercio internacional.

Por lo expuesto, los productos o mercancías se identifican al pasar por las aduanas, a fin de definir su situación arancelaria y qué arancel le corresponde (general o preferencial); establecer correctamente los impuestos aplicables, y vigilar el cumplimiento de las regulaciones no arancelarias que se aplican en la aduana (permisos previos, certificaciones técnicas o sanitarias, etc.).

Finalmente conocemos la **PA** que se corresponde con nuestro producto. Ello nos permite a continuación identificar los reintegros de exportación, los derechos de

importación y de exportación, los derechos compensatorios y antidumping, los impuestos internos y las observaciones (mercaderías prohibidas, normas de empaque, etc.), observaciones que nos otorga herramientas para adecuar nuestro producto con las mejores condiciones a la hora de exportar.

## 21.6 Otros temas:

Hasta aquí abordamos en modo coloquial y sintético algunos secretos para exportar sin inconvenientes. Ahora bien, en la medida que emprendamos proyectos futuros de la misma índole, es necesario informarnos sobre un mundo de aspectos a considerar, no sólo aquellos que hacen en lo administrativo, sino enfrentar la necesidad de adecuarnos a la cultura de los países destino donde conducimos nuestras artesanías: colores, packaging, marcas, cómo comunicarnos con nuestra contraparte, qué expresiones idiomáticas no utilizar, cómo presentarnos, en fin.

Hoy los artesanos exportadores no salen sólo a instalar nuestras artesanías, sino a presentar nuestras costumbres y nuestros rasgos regionales. Si salen en delegación, compartirán en grupo las alegrías y afrontarán asociados los problemas y deberán comunicarse en un país que tiene otro idioma, con otras costumbres, se enfrentarán con un perfil de comprador diferente, etc.

Esperamos que esta documentación encienda esta nueva vocación: la de intentar introducirse en este nuevo mundo del comercio exterior.

## Codificación de los productos artesanales

### 22. Clasificación de la mercadería:

Entendiendo los efectos prácticos ineludibles que el sistema tiene y su relación intrínseca con los productos que usted planea exportar, definiremos sus alcances:

El **Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancías** hace posible que una mismo producto y/o mercadería se codifique en forma idéntica, tanto en las tarifas de importación como de exportación de todos los países. De este modo se logra conocer el

tratamiento que recibirá nuestro producto en el comercio internacional.

Por lo expuesto, los productos o mercancías se identifican al pasar por las aduanas, a fin de definir su situación arancelaria y que arancel le corresponde (general o preferencial), establecer correctamente los impuestos aplicables y vigilar el cumplimiento de las regulaciones no arancelarias que se aplican en la aduana (permisos previos, certificaciones técnicas o sanitarias, etc.).

Como se aprecia, es de importancia relevante que las empresas vinculadas al comercio internacional estén familiarizadas con la estructura de la Nomenclatura Común del Mercosur (NCM), el OMC y los que corresponden y agrega el sistema "María" en nuestro país.

El conocimiento del código de su producto nos permite también acceder a ciertos datos estadísticos proporcionados por distintos organismos públicos, mixtos y privados, tales como:

- Precios y volúmenes de exportaciones
- Oportunidades comerciales
- Perfiles de mercado

Así también puede suceder que su producto no se encuentre descripto. No desespere; aquellos artículos para los cuales no se encontró un criterio adecuado, puesto que resultó imposible enumerarlos completamente a causa de su diversidad, se englobaron en un ítem denominado "los demás".

Como habrá observado, la **Posición Arancelaria (PA)** permite tener un mismo identificador común en todo el mundo para su producto, "a manera de nombre internacional" sin importar las diferencias idiomáticas.

Se entiende por **PA** el código numérico integrado por los siguientes pares de dígitos:

- Capítulo (2 dígitos).
- Partida (4 dígitos).
- Sub-partida Sistema Armonizado (6 dígitos, comunes en el marco de la OMC).
- Sub-partida Regional (8 dígitos, comunes dentro del Mercosur).
- El Sistema Informático María (**S.I.M.**), operativo en la

Argentina, **agrega cuatro dígitos más, de los cuales: tres son números y el cuarto es una letra** denominada dígito control.

Entonces, para conocer la posición arancelaria (**PA**) de su producto consulte en:

La **Dirección General de Aduanas** - Área Clasificación Arancelaria.

Azopardo 350 2do piso - de 9:30 a 13.00. y de 14.00 a 18.00. Tel.: (011) 4338-6400.

También en **<http://www.afip.gov.ar>** título: "Servicios y consultas" (consultas en línea - S.I.M. en línea - exportaciones - consultar) o en el título "Oferta Exportable" ubicado en el sitio **<http://www.argentinaexporta.com>**

También en la Sala de consultas del INDEC (sector base de datos informática)

Julio A. Roca 615 - de 9.30 a 16.30 -Tel.: (011) 4349-9652/54

Finalmente, conocemos la **PA** que se corresponde con nuestro producto. Ello nos permite identificar los reintegros de exportación, los derechos de importación y de exportación, los derechos compensatorios y anti-dumping, los impuestos internos y las observaciones (mercaderías prohibidas, normas de empaque, etc.), observaciones que nos otorga herramientas para adecuar nuestro producto con las mejores condiciones a la hora de exportar.

## 23. Los oficios:

Para permitir un fácil diligenciamiento, se catalogaron los oficios artesanales definiendo descriptivamente la actividad productora de cada uno, se enumeraron las materias primas constitutivas, las técnicas de elaboración, los productos resultantes y se indican los cuatro primeros dígitos de los diez en total (que se encuentran en los listados del Sistema **Armonizado (S.A.)**, de las posiciones arancelarias que les corresponden a los productos de cada oficio y que facilitan la determinación de los seis dígitos finales, con los que se identifica de manera particular cada género o línea de producto. El exportador de artesanías deberá indicar el oficio a que pertenecen los productos por los cuales solicita la inscripción, los cuales se resumen en el siguiente listado:

**A. CARPINTERÍA Y EBANISTERÍA:** Marcador no definido. Elaboración de productos decorativos y utilitarios hechos en madera.

**Materias primas constitutivas:** maderas y aglomerados, prensados y laminados.

**Técnicas de elaboración:** corte, recorte, cepillado, pulido, lijado, torneado, labrado, tallado, calado armado, pegado, ensamblado, impermeabilizado, laqueado, pintado o barnizado.

**Producto(s):** muebles de sala, puertas, estantería, repisas, muebles de comedor, ventanas, astillaría, columnas, muebles de alcoba, guacales, prensas, puertas, muebles de cocina, cajas, barandas, pasamanos, menaje de cocina, cofres, muebles de oficina, baúles, juguetes, cómodas, telares, marcos, gabinetes, biombos, soportes, mesones, barriles, repisas, mesas, bastones, percheros, butacas, candelabros, solterones, sillas, armarios, utensilios de oficina.

**Observaciones:** En la carpintería se manejan maderas rústicas y duras con tendencia a los productos de aplicación práctica, mientras que la ebanistería utiliza estrictamente maderas finas y los productos son de alto acabado, que le dan carácter decorativo aún a los productos más evidentemente funcionales.

**B. TALLA EN MADERA:** Elaboración de figuras de diferentes géneros y funciones talladas en madera.

**Materias primas constitutivas:** maderas duras y maderas blandas.

**Técnicas de elaboración:** corte, entresacado, rebanado, perforado, labrado, pulido, impermeabilizado laqueado, pintado.

**Producto(s):** figuras animales, utensilios de mesa, figuras de frutos, menaje, de cocina, figuras humanas, bateas, máscaras, útiles de escritorio.

**C. BARNIZ VEGETAL:** Elaboración de productos en madera, recubiertos por una resma vegetal, denominada tradicionalmente barniz vegetal.

**Materias primas constitutivas:** Resma de mopa mopa, aplicado sobre madera.

**Técnicas de elaboración:** maceración de la resma, cocción, coloramiento, amase, estiramiento, Aplicación sobre la pieza de madera y diseño de motivos por recorte.

**Producto(s):** figuras animales, imágenes religiosas, figuras de, frutos, jarrones, figuras humanas, bandejas, cofres, mesas, decorativas, utensilios de mesa, superficies

planas, bomboneras, portalápices, barriles, platos, tarros, marcos, bargueños.

**D. MARQUETERÍA:** Incrustación y pegado de piezas previamente diseñadas para componer figuras generalmente geométricas, aplicadas a superficies de madera.

**Materias primas constitutivas:** hueso, coco, carey, conchas, cuerno o cacho.

**Técnicas de elaboración:** diseño de la pieza en madera, entresacado, ranurado, corte y recorte de la materia prima, incrustación y pegado y pulimento.

**Producto(s):** cofres, marcos, bomboneras, tarros, barriles, bandejas, cajas, jarros, platos, bargueños, portavasos.

**Observaciones:** Los elementos de las materias primas se pueden trabajar en conjunto sobre una misma pieza.

**E. TRABAJOS EN BAMBÚ:** Elaboración de productos con el material de la guadúa y el bambú, utilizando las mismas herramientas para carpintería, ebanistería y talla de madera.

**Materias primas constitutivas:** diferentes especies de bambú y guadúa.

**Técnicas de elaboración:** corte y recorte de piezas, humectación, secado, ripiado, texturizado, calentamiento, encorvamiento, armado, pegado, amarrado, inmunizado, lijado, tinturado, sellado, taponado, encerado o laqueado.

**Producto(s):** muebles, esteras, útiles de escritorio, jarrones, accesorios de mesa, esterillas, lámparas, bandejas, butacas, cortinas, botelleros, exhibidores, tarros, cofres.

**F. GRABADOS EN FRUTOS Y SEMILLAS, SECOS:** elaboración de productos caracterizados por el trazado de diseños mediante el rayado e incisión, sobre la superficie de frutos y semillas generalmente de formas lobulares o globulares.

**Materias primas constitutivas:** frutos secos; semillas secas.

**Técnicas de elaboración:** trazo e incisión para decoración de superficies, devastado, pulido, enhebrado, amarrado.

**Producto(s):** totumos decorados, cucharas, maracas, pulseras, calabazo decorado, coladores, guacharacas.

**G. TRABAJOS EN CORTEZAS Y HOJAS:** elaboración de productos de carácter generalmente decorativo y tendencia a la aplicación de color.

**Materias primas constitutivas:** amero (hoja de mazorca), yanshama o damagua o tururí, carnaza de coco, hoja cabecinegro.

**Técnicas de elaboración:** las cortezas de yanshama y sus variedades, y el cabecinegro se trabajan mediante corte de la corteza del tronco, maceración y enjuagado, secado al aire, pintado, y cocido manual, los demás se trabajan mediante el secado, tejido, doblado, anudado, amarre.

**Producto(s):** vestidos rituales en yanshama, mascararas en yanshama, muñecos en yanshama y amero, telas de yanshama pintadas, flores en, amero y cabecinegro, bolsos en damagua y cabecinegro, tapetes, esteras, cortinas.

**H. CESTERÍA:** elaboración de productos contenedores, mediante el tejido y trenzado de fibras vegetales.

**Materias primas constitutivas:** bejucos, hojas de palmas, cañas, pajas, tallos ripiados, fique, esparto, bambú, cortezas, juncos.

**Técnicas de elaboración:** corte, astillado, ripiado, macerado, lavado, tinturado, tejido, enrollado, trenzado, amarrado, acordonado, enmanijado, rematado y algunas veces cocido.

**Producto(s):** canastos, petacas, cestas, bandejas, papeles.

**I. TRABAJOS EN CUERO:** adecuación de pieles y elaboración de objetos funcionales

**Materias primas constitutivas:** pieles; cueros.

**Técnicas de elaboración:** para la curtiembre o tenería, se aplican las técnicas de descarnado, dividido, teñido, aceitado, secado y estirado; en la marroquinería y talarbartería se aplican las técnicas de cortado por molde, devastado, hormado, guarnecido armado, pegado y cocido. En el repujado y tallado de cueros se utilizan las técnicas del prensado entresacado, cincelado, martillado, pintado, y dorado.

**Producto(s):** pieles, sandalias, elementos escritorio, bolsos, abarcas, vestuario, carteras, monturas, baúles o arcones, billeteras, aperos, cajas, monederos, zamarros, estuches, niqueleras, rejos, guantes, maletas, alforjas, abrigo, maletines, correas, tulas, hamaca campechana, morales, gorros y sombreros, zurrone, partes para tapicería.

**J. PORCELANICRÓN:** elaboración de figuras y otros productos decorativos, que generalmente son denominados como productos en cerámica fría.

**Materias primas constitutivas:** harinas, pegamentos, tintas.

**Técnicas de elaboración:** amase, tinturado y modelado.

**Producto(s):** figuras antropomorfas, figuras citomorfas, paisajes, figuras zoomorfas, flores, miniaturas.

**Observaciones:** esta actividad se considera básicamente como una manualidad contemporánea.

**K. TRABAJOS EN PIEDRA:** Labor de trazar, labrar y tallar figuras en volumen alto y bajo relieve, sobre diversos tipos de materiales pétreos clasificados entre preciosos, semipreciosos y no preciosos.

**Materias primas constitutivas:** piedra jabón, pedernal, piedras semipreciosas, mármol, caliza, piedras preciosas, obsidiana, piedra de río, carbón mineral.

**Técnicas de elaboración:** corte, trazado, perforado, rayado, cincelado, tallado, esculpido, torneado, labrado, pulido, bruñido y grabado.

**Producto(s):** gemas para engastes, accesorios escritorio, lapidas, cofres, replicas de figuras, columnas, cajas, objetos decorativos, pedestales miniatura.

**L. CERÁMICA Y ALFARERÍA:** producción de objetos en arcilla.

**Materias primas constitutivas:** arcillas (barros y gredas), caolín.

**Técnicas de elaboración:** pulverizado, cernido, humectado, moldeado, modelado, torneado, vaciado, cocido, vidriado o vitrificado, pintado, porcelanizado.

**Producto(s):** cajas, cazuelas, arreglos decorativos, ollas, cucharas, jarras, cucharones, materas, bandejas, jarrones, platos, figuras zoomorfas, floreros, figuras antropomorfas, tiestos, figuras citomorfas, cofres, figuras costumbristas, cajillas, mollos, hebillas, mucuras, collares, pailas, abalorios.

**M. CRISTALERÍA Y VITRALERÍA:** elaboración de objetos y figuras en vidrio.

**Materias primas constitutivas:** vidrio.

**Técnicas de elaboración:** soplado, moldeado, modelado, fundido, tinturado, recortado, ensamblado, tallado, grabado, biselado.

**Producto(s):** jarrones, vitrales, figuras, vajillas, pantallas, botellas, envases, floreros, artículos decorativos, figuras, fruteros, ceniceros, bandejas, copas, candelabros, vasos, vinagreras, platos, frascos, tazas, mantequilleros, lámparas, espejos.

**N. TEXTILERÍA:** elaboración de productos mediante el entretejido de hilos realizados en telares artesanales que pueden ser horizontales, verticales y de cintura.

**Materias primas constitutivas:** hilos de algodón y sedas, hilazas, lanas.

**Técnicas de elaboración:** tejidos en telar artesanal anudados para remate, hilachados.

**Producto(s):** hamacas, telas, paños, ropa de cama, ropa de mesa, fajas.

**O. TRABAJOS EN TELAS:** elaboración de productos basados en la elaboración de telas, o en la realización de elementos decorativos en su superficie.

**Materias primas constitutivas:** telas, hilos.

**Técnicas de elaboración:** comprenden tres técnicas tradicionales: la costura, las aplicaciones y los bordados. En la elaboración de trajes típicos y/o rituales se utiliza la costura y se aplican el corte con patrón, el armado y cocido manuales. En la aplicación de figuras hechas de retazos en tela: el recorte de figuras, el hilván y el bordado.

**Producto(s):** trajes folclóricos, ropa de cama, blusas bordadas, ropa, de mesa, faldas bordadas, ropa de cocina, forros para muebles, tapices de pared, muñequería en tela.

**P. TEJEDURÍA EN FIBRAS NATURALES:** Entrecruzamiento, trenzado o anudado de uno o más hilos o fibras, realizado a mano.

**Materias primas constitutivas:** bejucos, fique, pajas, tallos, rpiados, cortezas, algodón, bambú, cañas, seda (gusano seda), hojas de palmas, esparto, lana (ovejas), crin de caballo, alpaca.

**Técnicas de elaboración:** corte, rpiado, macerado, lavado, tinturado, tejido, enrollado, trenzado, Amarrado, acordonado, rematado y cocido. Así mismo se aplica el tejido de ganchillo (crochet: un solo hilo), el tejido de punto (tricot: dos agujas), el tejido macramé (anudado manual), tejido de bolillo.

**Observaciones:** los materiales que vienen en vellón como el algodón, la lana, la alpaca son sometidos a pro-

cesos de hilado en usos o truecas, o encordado por torsión manual o con taraba (sistema de manivela).

**Producto(s):** cortinas, sacos, guantes, alfombras, medias, esteras, suéteres, bufandas, cedazos, guantes, esterillas, mochilas, ruanas, individuales, chalecos, tapetes, carpetas, lazos, mallas, chales, bolsos, encajes, cobijas, atarayas, sombreros, cabuyas, gualdrapas, redes.

**Q. TRABAJOS EN PAPEL:** elaboración de láminas en materiales vegetales y papeles reciclados. En esta categoría se puede incluir la encuadernación y elaboración de objetos funcionales y decorativos.

**Materias primas constitutivas:** fibras vegetales, material reciclado.

**Técnicas de elaboración:** picado y desmenuzado, ablandado, batido, colado, aglutinado, prensado, secado Encuadernado (pegado, cocido y forrado), y empastado.

**Producto(s):** hojas de papel, cometas, encuadernados, carpetas, cartones, libretas, cajas, marcos, objetos decorativos, tarjetas, sobres.

**R. CERERÍA:** Elaboración de objetos para iluminación utilizando sustancias de origen animal y vegetal

**Materias primas constitutivas:** cebo de res, parafina, cera de abejas.

**Técnicas de elaboración:** cocción, inmersión de pabilos, moldeado, tallado e incisiones para la decoración.

**Producto(s):** cirios, velas, velones, espermas, veladoras.

**S. FUNDICIÓN, FORJA, Y LATONERÍA:** Elaboración de objetos funcionales en metales.

**Materias primas constitutivas:** hierro, latón, zinc, bronce, cobre, aluminio, plata.

**Técnicas de elaboración:** fundido, baseado, martillado, doblado, torcido, soldado, esmerilado, pulido y brillante.

**Producto(s):** golpeadores, platos, herrajes, figuras decorativas, ventanales, ollas, braceros, pailas, rejillas, bandejas, parrillas, lámparas, candelabros, muebles, pasamanos, pinzas, tizones, campanas, pailones, faroles, repisas, ceniceros, jarras, marcos, placas, platones.

**T. ORFEBRERÍA, JOYERÍA Y BISUTERÍA:** Elaboración de joyas y prendas en metales y sus aleaciones, con engastes en piedras.

**Materias primas constitutivas:** oro, rubíes, topacios, cobre, piedras semipreciosas, plata, diamantes, zafiros, acero, cuerno, carey, coco, esmeraldas, amatistas, bronce, peltre, hueso.

**Técnicas de elaboración:** fundido, forjado, recortado, martillado, doblado, repujado, grabado, laminado, soldado, modelado, hilado, cincelado, engaste.

**Producto(s):** collares, pañoletos, bandejas, trofeos, aretes, pulseras, marcos, bandejas, anillos, esclavas, jarras, cubiertos, cadenas, candongas, cortapapeles, vinajeras, broches, botones, marcalibros, copas, pines, custodias, bases, hebillas.

**Observaciones:** La diferencia básica entre joyería y bisutería consiste en que las joyas y alhajas, siempre se hacen en metales y piedras preciosas, mientras que la bisutería utiliza metales y piedras no preciosas e incluye materias duras de origen animal y vegetal.

**U. INSTRUMENTOS MUSICALES:** Elaboración de objetos para producir sonidos musicales de percusión, fricción, vibración y fricación.

**Materias primas constitutivas:** madera, cerámica, cuero, cañas y bambúes, frutos globulares.

**Técnicas de elaboración:** las cajas de vibración y percusión en madera se elaboran con técnicas de corte, recorte cepillado, pulido, lijado, torneado, labrado, tallado, calado, perforado, ensamblado emboquillado, pegado, laqueado, pintado o barnizado, otros presentan aplicaciones de cuero y combinaciones con frutos globulares.

**Producto(s):** tambores, panderetas, gaitas, timbas, marimbas, flautas, timbales, arpas, silbatos, guacharacas, cítaras, guitarras, flautas, raspas, bandolas, dulzainas, kenas, tipples, maracas, bombos, requintos, matracas, maguares, cuatros, claves, violines, capadores.

**V. DULCERÍA:** elaboración de productos tradicionales comestibles, fabricados con frutos naturales.

**Materias primas constitutivas:** frutas, azúcares, leches, almidones.

**Técnicas de elaboración:** cocidos, batidos, moldeado, baceado, empacado (este último generalmente se realiza en hojas naturales, recipientes en cerámica, o totumos).

**Producto(s):** dulces de frutas, batidos, dulces de leche, esponjados.

#### Otros temas:

Hasta aquí abordamos en modo coloquial y sintético algunos secretos para exportar sin inconvenientes. Ahora bien, en la medida que emprendamos proyectos de la misma índole, es necesario informarnos sobre un mundo de aspectos a considerar, no sólo aquellos que hacen en lo administrativo, sino enfrentar la necesidad de adecuarnos a la cultura de los países destino donde conducimos nuestras artesanías: colores, packaging, marcas, cómo comunicarnos con nuestra contraparte, qué expresiones idiomáticas no utilizar y cómo presentarnos, entre otros temas.

Hoy en día los artesanos exportadores salen a instalar no sólo nuestras artesanías, sino a presentar nuestras costumbres y nuestros rasgos regionales. Si salen en delegación, compartirán en grupo las alegrías y afrontarán asociados los problemas y deberán comunicarse en un país que tiene otro idioma y otras costumbres; se enfrentarán con un perfil de comprador diferente.

Esperamos que esta documentación encienda esta nueva vocación: la de intentar introducirse en el mundo del comercio exterior.



# Anexo

## Promoción comercial

### Empresas importadoras:

En la información que se aporta, se visualizará un gran número de compradores de artesanías de vanguardia. Ello no desestima que enviando fotos y eventualmente muestras, pueda el mundo de las artesanías argentinas encontrar un nicho posible a través de estas empresas importadoras, recordando que hoy por hoy, nuestras artesanías están de moda y son competitivas por precio y calidad.

Así también es menester advertir que vuestros productos son artesanías y que los pedidos de grandes cantidades no son posibles en artículos hechos a mano. El artesano no debe comprometerse más allá de sus posibilidades; sí debe reforzar la circunstancia de que los productos artesanales son únicos, y recordar que la artesanía es una actividad de transformación para la producción de bienes a través de oficios que se llevan a cabo con predominio de la energía humana, de vuestro trabajo físico y mental, complementada, generalmente, con herramientas y máquinas relativamente simples y condicionada por el medio ambiente físico y por el desarrollo histórico. Con esta actividad se obtiene un resultado final individualizado (producto específico), que cumple una función utilitaria y tiende a adquirir la categoría de obra de arte, puesto que expresa valores culturales de un contexto social al cual contribuye a caracterizar.

NOMBRE DE LA EMPRESA	DIRECCIÓN	E-MAIL	PRINCIPALES LÍNEAS ARTESANALES	TIPO DE ARTESANÍA
Baufer Latina	64-68, Bd Pasteur, 75015 Paris - France	Bauferia@Club-Internet.Fr	Artículos Diversos Cerámicas en General	Vanguardia
Culturas del Sol Inc.	7311 NW 12th Street Suite II Miami Florida 33126 USA	Contacto: Rochelle Beck	Artículos Diversos Cerámicas en General	Vanguardia
Exploris	201-E. Hargett Street, Raleigh, NC 27601 USA	Adaniels@exploris.org	Cerámica en general y decoración	Vanguardia
Nefertity Joyas	Av. Montenegro 1222, San Miguel -Bolivia	Nefertity@casino.com	Bisutería	Vanguardia
Joyería París	Av. Montenegro No. 1420 Bolivia	krbeyer@caoba.entelnet.bo	Bisutería	Vanguardia
Ploi And Company	13477 Benson Avenue, Chino, CA 91710 USA	Maryann@ploiandcompany.com	Cerámica en general y decoración	Vanguardia
Brooklyn Museum	200 Eastern Plwy-Brooklyn, NY 11238 USA	kati.moran@brooklynmuseum.org	Artículos de regalo y decoración y joyería	Pieza única Tradicional Vanguardia
New World Trading	270N Palm Cayon DR. Palm Springs-CA 92262 USA	Newworldtrading@aol.com	Artículos de regalo y decoración	Vanguardia
Caramba	202 NE 1st. Avenue Hallandale, FL 33009 USA	Caramba@telocity.com	Artesanías en general	Vanguardia
Art By God	60NE 27St. Miami, FL 33137 USA	Artbygod@netside.net	Artesanías en general y muebles	Vanguardia
D'Oro Imports	777 N.W. 72 Ave. Suite 1BB55, Miami , FL 33126 USA	Ormasa@bellsouth.net	Muebles de madera	Vanguardia
Mikasa	21288 Raindance Lane, Boca Raton, FL 33428 USA	westy0126@aol.com	Accesorios del hogar, vidrios, cristales	Vanguardia
Klamore SNC	Via Ronchi dei Legionari n.5, 36030 Rettorgole di Caldogno - Italia	Klamore@infinito.it	Joyería	Vanguardia
Inversiones Étnica Limitada	Antonio Bellet 57, Santiago - Chile	peluza50@hotmail.com	Cerámica, Joyería. Artículos para el hogar	Vanguardia
EZIBA	87 Marshall Street North Adams Mass 01247 - USA	amber@e-ziba.com	Artículos de regalo y decoración en general	Vanguardia
Eurodecor	79, Rue Claude Bernard, 59200 Tourcoing - France	eurodecor@wanadoo.fr	Marcos de madera, muebles. Artículos de decoración	Vanguardia
Rosa Victoria	54 Covert Av. Stewart Manor / New York - USA		Cerámica, tejidos de alpaca, tapices	Vanguardia
Poco a Poco Imports	P.O. BOX 680 VENTURA C.A. 93002 - USA	poco2@earthlink.net	Cerámica. Artículos de regalo y decoración en general	Vanguardia
Artista Accents	El Brian Hallow Lane, Suite 408 Houston Texas 77027 - USA	eferreyros@artistaaccents.com	Artículos de regalo y decoración	Vanguardia
Mila Brown Int'l	10421 NW 28th. St. Unit D110- Miami-FL 33172 USA	milbromia@worldnet.att.net	Productos en vidrio, cerámica. Artículos de decoración	Vanguardia
LA CUMBIA	Italia	lacumbia@tiscali.it	Muebles, artesanías en general	Vanguardia
Primex International	230 Fifth Avenue New York USA	ernest.paul@primexint.com	Muebles, cerámica, textiles	Vanguardia
Artisan Guild Int'l	13645 Gramery Place-Gardena, CA 90249 USA	artisansguild@earthlink.net	Arts. para el hogar, estatuas	Vanguardia
CEPA LATINA	Holanda	cepalatina@yahoo.com	Cerámica, Joyería, Textiles	Vanguardia

NOMBRE DE LA EMPRESA	DIRECCIÓN	E-MAIL	PRINCIPALES LÍNEAS ARTESANALES	TIPO DE ARTESANÍA
American Home	P.O Box 3685 Albuquerque NM 87190 USA	rrrivera@americanhome .com	Muebles y accesorios para el hogar	Vanguardia
ANDINES	61, rue Victor Hugo París Francia	andines@newconnexion.fr	Artesanías en general	Vanguardia
ARBAT	44 ter, boulevard Saint-Antoine – París - France	kdo@arbat-France.com	Objetos de decoración	Vanguardia
Design, Outsources & Development Services	434 E. Durham Strert Philadelphia Pa 19119 USA	dvod@mindspring.com	Artículos de regalo y decoración, artesanías en general	Vanguardia
Bauer International	414 Jessen Lane Wando, Sc 29492 USA	ken@bauerinternational .com	Artículos de regalo y decoración	Vanguardia
Phillips Collection	38 Hurbor Park Dr. Ft Washington , NY 11050	stuart@thephillipscollection.com	Artículos de regalo y decoración	Vanguardia
Primex	P.O Box 3685 Albuquerque NM 87190 USA	primexny@primexint.com	Muebles y accesorios para el hogar	Vanguardia
Past N' Present	1190 Logan Circle Atlanta 9ª 30318 USA	ppatl@aol.com	Artículos de regalo y decoración	Vanguardia
Fitz And Floyd	501 Corporate Drive Lewisville TX 75234 USA	mmoore@ffsc.com	Artesanías en general	Vanguardia
Orvis	Historic Rte 7a Manchester Vt 05254	monroej@orvis.com	Artículos de regalo y decoración	Vanguardia
Eurolatino	Manuel Prado Ugarteche 368 – La Molina	rpolis@ec-red.com	Artículos de regalo y decoración	Vanguardia
Castiel Freres Import	17, rue Jacquard - ZI Lyon Nord – Francia	Jcradas@castiel.fr	Artículos de regalo	Vanguardia
EMDE	Pavé Stratégique – BP 4057 Francia	Emde@emde.fr	Artesanías en general	Vanguardia
COLINE	Z.A. La Saubole Francia	coline.diffusion@wanadoo .fr	Artículos de regalo y decoración	Vanguardia
FREELAND SARL	4, boulevard de Thibaud Francia	Gecho@freeland.fr	Artículos de regalo y decoración	Vanguardia
Le Monde En Couleurs	24, rue André del Sarte París Francia	Richardfoin@wanadoo.fr	Artesanías en general	Vanguardia
Mondes Interieurs	42, rue de Clichy París Francia	info@mondes-interieurs .com	Artesanías en general	Vanguardia
Infinity Instruments Ltd	250 W 24th Street – New York, N.Y. 10011 – USA	Infinst@aol.com	Artículos de regalo y decoración	Vanguardia
STREETS AN-HEAD	10119 West Jefferson Blvd, Culver City CA 90232 USA	Streetsahd@aol.com	Artesanía y accesorios en general para el hogar	Vanguardia
Florida Manufacturing & D. Co.	4401 NW 37th Avenue, Miami Fl. 33142 USA	Flamanco55@aol.com	Muebles de madera	Vanguardia
Oyería "Cory	Plaza Murillo No. 533 Bolivia	Orcory@yahoo.com	Bisutería	Vanguardia
Joyería Juliette	Genaro Sangines 348-A Bolivia	Juancgott@yahoo.com	Bisutería	Vanguardia

## Ferias internacionales

### Europa

NOMBRE COMERCIAL	DIRECCIÓN	FECHA EN QUE SE REALIZA	TIPO DE ARTE-SANÍA	SITIO WEB
AMBIENTE ROSSIA	Central House of Artist (ZDCh), Moscow, Russia	2 – 5 octubre	Vanguardia	www.ambiente.messefrankfurt.com
AMBIENTE	Internationale Frankfurter Messe – Postfach 15 02 10 D- 60062 Frankfurt-Alemania	20 - 24 febrero	Vanguardia	www: ambiente.messefrankfurt.com
L' Artigiano en Fiera	Via Canova, 19 20145 Milano	29 noviembre - 8 diciembre	Vanguardia	www.fiera-artigianato.com
Autumn Fair	National Exhibition Centre, Birmingham, UK- Reino Unido	7 – 10 septiembre	Vanguardia	www.autumnfair.com
Chelsea Crafts Fair	Chelsea Old Town Hall, Kings Road, London SW3-Inglaterra	15 al 20 octubre	Vanguardia	www.craftscouncil.org.uk/ chelsea.htm
CHRISTMAS WORLD	Internationale Frankfurter Messe – Postfach 15 02 10 D- 60062-Alemania	25 – 29 enero	Vanguardia	www1.christmasworld.messefrankfurt.com
Christmasworld Rossija	Central House of Artist (ZDCh), Moscow, Russia	10 – 13 septiembre	Vanguardia	Christmasworld. Messefrankfurt.com
HEIMTEXTIL	Forum Messe Frankfurt	14 - 17 enero	Vanguardia	www.heimtextil.messefrankfurt.com/
House & Garden Fair	Grand and National Halls, Olympia, London-Inglaterra	26 - 29 junio	Pieza única Vanguardia	www.houseandgardenfair.co.uk/
Intergift, Iberjoya Y Bisutex	Parque Ferial Juan Carlos I – 28042 Madrid-España	16 - 20 enero	Pieza única Vanguardia	www.bisutex.ifema.es
International Jewellery London	Earls Court 2 , London-Inglaterra	31 agosto - 3 septiembre	Pieza única Vanguardia	www.jewellerylondon.com/
Fiera Del Levante	Luncomare starita 70123 Bari-Italia	13 – 20 septiembre	Vanguardia	www.campionaria.fieradelle Levante.it
Feira Internacional do Artesanato	Parque das Nacoes, Lisboa-Portugal	26 junio - 6 julio	Pieza única Tradicional Vanguardia	www.fil-artesanato.com
Maison - Objet	Francia	5 - 9 sept. 23-24 enero	Vanguardia	www.maison-objet.com
OROAREZZO	Via L. Spallanzani, 23 - 52100 Arezzo-Italia	12 - 15 abril	Vanguardia	www.oroarezzo.it
EXPOMOVEL	Portugal	26 abril - 4 mayo	Tradicional Vanguardia	www.expomovel.exponor.pt/
Portojoia	EXPONOR - Feria Internacional de Oporto	24 – 28 septiembre	Pieza única Vanguardia	www.portojoia.exponor.pt/
Spring Fair Birmingham	National Exhibition Centre, Birmingham, UK-Inglaterra	1 - 5 febrero	Tradicional Vanguardia	www.springfair.com
TENDENCE	Postfach 15 02 10 D- 60062 Frankfurt am Main - Alemania	22 - 26 agosto	Vanguardia	www.tendence.com
Vicenza Oro 1 y 2	Italia	12 -19 enero 7-12 junio	Tradicional Vanguardia	www.vicenzaoro2.it/uk/
The Torquay Fair	Eight Halls called A to H at the Riviera Centre, Chestnut Avenue-Inglaterra	11 - 14 enero	Vanguardia	www.torquayfair.co.uk

## Ferias internacionales

### Estados Unidos

NOMBRE COMERCIAL	DIRECCIÓN	FECHA EN QUE SE REALIZA	TIPO DE ARTESANÍA	SITIO WEB
FALL CHICAGO GIFT & HOME MKT	-	septiembre	Vanguardia	www.merchandisemart.com
Hawaii Gift And Apparel Retailers Expo	Hawaii Suites of the Blaisdell Center in Honolulu	12 – 14 septiembre	Vanguardia	www.douglstrade shows.com
January And July Chicago Gift & Home Mkt	-	21 – 28 enero 23 – 30 julio	Tradicional Vanguardia	www.merchandisemart.com
Material World Miami Beach	Miami Beach Convention Center, Miami Beach Fl	17 – 19 marzo	Vanguardia	www.material-world.com
Panama City Gift And Resort Merchandise Show	The Boardwalk Beach Resort Convention Center, 9600 S. Thomas Drive, Panama City Beach, FL	19 – 22 octubre	Vanguardia	www.urbanexpositions.com
Chicago Gift & Home Sample Sale	Nueva York, Chicago y Los Ángeles	6 – 7 mayo 4 – 5 noviembre	Tradicional Vanguardia	www.merchandisemart.com
San Antonio Jewelry, Gift & Accesories Show	Airport Convention Center, San Antonio – Texas	Marzo, junio septiembre y noviembre	Tradicional Vanguardia	www.parkertradeshow.com
Grand Strand Gift 6 Resort Merchandise Show	Myrtle Beach Convention Center, Myrtle Beach S.C	7 – 10 diciembre	Vanguardia	www.urbanexpositions.com
New York Home Textil Show	Jacob K. Javits Convention Center, New York City	28 – 31 marzo	Vanguardia	www.nyhometextiles.com
Atlanta Gift Fair	Georgia World Congress Center, Atlanta, GA	10 – 13 enero – 11 – 14 julio	Vanguardia	www.thegiftfairinatlanta.com
Boston Gift Show	Bayside Exposition Center, Boston, MA	29 marzo - 1 de abril – agosto	Tradicional Vanguardia	www.bostongiftshow.com
California Gift Show	Los Angeles Convention Center, 1201 South Figueroa St., Los Angeles, CA 90015	18 – 21 enero – 19 – 22 julio	Vanguardia	www.californiagiftshow.com
New York Gift Cash & Carry	Jacob K. Javits Center North Pavilion, New York	6 – 8 noviembre	Vanguardia	www.nygiftcashandcarry.com
Dallas International Gift & Home	Dallas Market Center, 2100 Stemmons Freeway, Dallas, TX 75207	15 – 22 enero	Vanguardia	www.dallasmarketcenter.com
New York International Gift Fair	Jacob J. Javits Convention Center, and Passenger Ship Terminal Piers 92 & 94	febrero y agosto	Vanguardia	www.nyigf.com
Miami Gift & Decorative Accesories	Miami International Merchandise Mart & Radisson Centre, Miami Florida	23 – 26 agosto	Vanguardia	www.urbanexposition.com
Portland Gift & Accesories Show	Oregon Convention Center , 777 N.E. Martin Luther King Blvd., Portland	11 – 14 enero 31 mayo - 3 junio	Vanguardia	www.portlandgift.com
San Francisco International Gift Fair	Moscone Center-747 Howard St. San Francisco, CA 94103-	15 - 19 febrero 23 – 27 agosto	Vanguardia	www.sfigf.com
Seattle Gift Show	Washington State Convention & Trade Center, Seattle, WA 98101	15 - 19 febrero 23 – 27 agosto	Vanguardia	www.seattlegift.com
Sources	Pier 94, The Unconvention Center, New York	17 – 19 mayo	Vanguardia	www.sourcesny.com
Washington Gift Show	Dulles Expo & Conorence Center, Chantilly, VA	26 – 29 enero 27 – 30 julio	Vanguardia	www.washingtongiftshow.com

## Ferias internacionales

### Otros

NOMBRE COMERCIAL	DIRECCIÓN	FECHA EN QUE SE REALIZA	TIPO DE ARTESANÍA	SITIO WEB
Bangkok International Gift and Houseware	Bangkok International Trade & Exhibition Center-Thailandia	18 – 23 abril	Pieza única Vanguardia	www.depthai.go.th/fairin/big
China International Gold, Jewellery & Gem Fair	Shenzhen China Hi-Tech Fair Exhibition Centre	26 febrero - 1 marzo	Vanguardia	www.jewellerynetasia.com
Hong Kong Jewellery & Watch Fair	Asia's Biggest – Hong Kong Convention and Exhibition Centre	17 - 21 septiembre	Vanguardia	www.jewellery-net-asia.com
International Housewares Show	Tokyo International Exhibition Center	Junio	Vanguardia	www.gmc.or.jp/housewares
Indian Handicrafts & Gifts Fair	6, Community Centre, Basan Lok, Vasant Vihar, New Delhi - 110 057 India	27 febrero - 2 marzo	Vanguardia	www.epch.com
International Jewelry Kobe	Kobe International Exhibition Hall-Japón	15 – 17 mayo	Pieza única Vanguardia	www.reedexpo.co.jp/ijk/
Osaka International Gift Show	-5 Honmachi-Bashi, Chuo-Ku, Osaka 540-0029, Japan	18 – 20 marzo	Vanguardia	www.giftshow.co.jp
Alberta Gift Show	Northlands Park, Edmonton, AB-Canada	17 – 20 agosto	Vanguardia	www.albertagiftshow.com
Toronto International Gift Fair	South Building, Metro Toronto Convention Centre, Toronto, ON-Canada	8 – 11 agosto	Vanguardia	www.torontointernationalgiftfair.com
Montreal Gift Show	dmg World Media / George Little Management, LLC-Canada	24 – 27 agosto	Vanguardia	www.montrealgiftshow.com
Gift & Homewares Australia Fair	Sydney Showground1 Show-ground Rd. Sydney Olympic Park NSW-Australia	21 – 24 febrero	Vanguardia	www.agma.com.au
EXPOARTESANIAS	Colombia	5-18 diciembre	Pieza única Tradicional Vanguardia	www.expoartesanias.com
Feria Internacional de Cochabamba	Recinto Ferial de Alalay Cochabamba-Bolivia	24 abril - 4 mayo	Tradicional Vanguardia	www.feicobol.com.bo
XVII Feria Internacional Del Ecuador	Recinto Ferial de Durán, Km 2.5 Vía Durán Tambo	3 - 12 octubre	Tradicional Vanguardia	www.feriaecuador.com
Joya 2003	Hotel Sheraton – Chile	5 – 7 mayo	Pieza única Vanguardia	www.joyachile.com
Singapore Gifts & Premium Show	Singapour International Convention & Exhibition Centre-Singapore	24 – 26 julio	Vanguardia	www.urbanexpositions.com
Tokyo International Gift Show	Tokyo Big Sight – Tokyo International Trade Center	19 – 21 febrero	Vanguardia	www.giftshow.co.jp





## Anexo I

### Requisitos y criterios para la acreditación de la condición artesanal de productos elaborados en la República Argentina

Son productos artesanales aquellos producidos con intención artística y/o destinados a cumplir una función utilitaria, en forma predominantemente manual; cuyo diseño es representativo de la diversidad cultural de la República Argentina.

Puede ser producido por un artesano individual o por una unidad productiva constituida por un grupo familiar extenso, con división de tareas en relación con las etapas de la ejecución de la pieza y/o la puesta en el mercado, o por un taller que comprenda diferentes jerarquías de actividades en la supervisión y ejecución, con maestros y aprendices.

El CERTIFICADO NACIONAL DE ARTESANÍA acredita:

- Que el producto corresponde a tipos de productos artesanales distintivos del país.
- Que el producto ha sido realizado, fundamentalmente, a mano o con máquinas movidas con energía básicamente humana.
- Que el producto presenta diseños representativos de la diversidad cultural de la República Argentina.
- Que el producto ha sido realizado en forma individual por un artesano o colectiva por una unidad productora de artesanías de la República Argentina.

### Modelo de Certificado Nacional de Productos Artesanales para la Exportación

#### Certificado Nacional de Artesanía

Certifico que los siguientes productos son confeccionados en la República Argentina.

#### Descripción:

#### Cantidad:

Y certifico que los artículos mencionados son artesanías, con características tradicionales, las cuales son típicas de la región en que fueron producidas (nombre de la región) y que han adquirido sus características esenciales mediante el trabajo manual de artesanos individuales o en comunidad por el procedimiento siguiente (por ejemplo: tejido a telar, manual, hilado en huso, en rueca, etc.):

#### Cargo y firma del funcionario autorizado

#### Lugar y fecha

COPIA DE FACTURA

Nombre, dirección y N° de exportador

Nombre, dirección y N° de importador

SI / NO (tachar lo que no corresponda)

Marbetes numerados del .../ al...

#### MODELO DE FORMULARIO 1 / SOLICITUD DE INICIO DE TRAMITE

#### Lugar y fecha

SEÑOR SECRETARIO DE CULTURA DE LA PRESIDENCIA DE LA NACIÓN

S / D

Solicito por la presente, la emisión del CERTIFICADO NACIONAL DE ARTESANÍA, de acuerdo con la Resolución SCN° 866/03, y de acuerdo con la normativa vigente.

Saludo a usted muy atentamente.

#### Firma, aclaración y N° de documento

DATOS DEL EXPORTADOR

1. Nombre y apellido y/o Razón social

2. Tipo y N° de documento

3. Domicilio legal

4. Teléfono/Fax, e-mail

ADJUNTOS

- a.- Copia de Certificado «A»
- b.- Tres (3) copias de factura de venta
- c.- Copias de desinfección (si corresponde)
- d.- Copia de CUIT

FECHA APROXIMADA DE EMBARQUE DE LA MERCADERIA

**MODELO DE FORMULARIO 2 / PLANILLA DE SOLICITUD (Anverso)**

DATOS DEL EXPORTADOR

Apellido y nombre o Razón social  
Domicilio, Código Postal, Localidad y Provincia  
Registro de Importador/Exportador (N° y Aduana donde opera).

DATOS DEL IMPORTADOR

Apellido y nombre o Razón social  
Domicilio /Localidad /Estado /País

DOCUMENTACION AGREGADA

CUIT (Copia)  
Registro de Importador/Exportador  
Factura de venta (TRES (3) copias)  
Otros

**MODELO DE FORMULARIO 2 / PLANILLA DE SOLICITUD (Reverso)**

DETALLE DE PIEZAS A EXPORTAR

Cantidad  
Nombre, Tipología y Tipo de Material  
a) Especificar porcentajes en los casos de utilización de distintos materiales, describir técnicas de elaboración, decoración, medidas, pesos y todo dato que permita individualizar el tipo de producto artesanal.  
b) Adjuntar una fotografía de las piezas a exportar en caso que se requiera para verificar la condición artesanal, un ejemplar de la misma.

**PARA USO EXCLUSIVO DE LA AUTORIDAD EMISORA**

Observaciones (con informe del técnico provincial responsable)  
Corresponde /No corresponde (tachar lo que no corresponda), extender los certificados solicitados  
Lugar y fecha  
Firma y aclaración del técnico provincial responsable

RESOLUCION DE LA AUTORIDAD NACIONAL

Emitir/No emitir (tachar lo que no corresponda), los certificados solicitados  
Firma de la autoridad

ENTREGA DE MARBETES

Si / No (tachar lo que no corresponda)  
Recibí la cantidad de (en letras y números) marbetes numerados del / al, conforme a lo resuelto por la autoridad de emisión.

Recibí copia de la factura N° de la Exportadora  
Lugar y fecha  
Firma y aclaración





## Anexo II

### Procedimiento para la Emisión del Certificado Nacional de Artesanía

Cuando se trate de solicitudes de emisión de Certificado presentadas ante la SECRETARÍA DE CULTURA DE LA PRESIDENCIA DE LA NACIÓN, el solicitante deberá iniciar el trámite por el DEPARTAMENTO DE DESPACHO Y MESA DE ENTRADAS, que caratulará los Formularios 1 y 2 junto con el resto de la documentación presentada por el interesado. Con posterioridad girará los actuados al MERCADO DE ARTESANÍAS TRADICIONALES ARGENTINAS para la prosecución de su trámite.

Cuando se trate de solicitudes de emisión de certificado provenientes del interior del país, la solicitud podrá ser presentada ante la autoridad provincial con competencia en materia artesanal, quien asignará un técnico provincial responsable de verificar la documentación presentada y las muestras de los productos que se pretende exportar.

El técnico provincial responsable emitirá un informe en el anverso del Formulario 2, indicando la pertinencia o no de la emisión del certificado solicitado.

La autoridad provincial responsable remitirá al MATRA los originales de los formularios presentados, así como la documentación anexa requerida, vía postal, o por cualquier medio que garantice la recepción. El MATRA girará al DEPARTAMENTO DE DESPACHO Y MESA DE ENTRADAS los Formularios 1 y 2 recibidos, la que procederá a su caratulación, adjuntando por cuerda separada el resto de la documentación presentada por el interesado, devolviendo al MATRA los actuados para la prosecución del trámite.

El MATRA intervendrá extendiendo, si correspondiera, el CERTIFICADO NACIONAL DE ARTESANIA, debidamente suscripto por cualquiera de los funcionarios autorizados al efecto, el que será entregado o remitido junto los marbetes en los casos que correspondan, a la provincia de origen vía postal, o por cualquier medio que garantice la

recepción. La autoridad provincial en materia artesanal será responsable de entregar al solicitante el Certificado y los marbetes o estampillas si fuera necesario.

El MATRA llevará un registro correlativo de los certificados extendidos, así como de los marbetes entregados.

En los casos en que el otorgamiento de la certificación sea denegado por no ajustarse a los requisitos y criterios descriptos en el Anexo I, aprobados por la presente resolución, tal denegación será definitiva e irreversible. Únicamente se podrá solicitar la revisión de la decisión en los casos de denegación por presentación de documentación incompleta, una vez que esta situación haya sido subsanada.

### Certificación Nacional de Artesanías 2005

**B.O. 06/04/05 CERTIFICADO NACIONAL DE ARTESANÍA Resolución 22/2005 - SC - Modificación de la Resolución Nº 866/2003, en relación con el procedimiento para certificar la condición de artesanía.**

Bs. As., 13/1/2005

**VISTO** la Resolución Nº 866 de la fecha 16 de octubre de 2003 del registro de la SECRETARIA DE CULTURA de la PRESIDENCIA DE LA NACION, y

**CONSIDERANDO:**

Que resulta necesario modificar el procedimiento para certificar la condición de artesanía por razones operativas. Que la DIRECCION DE ASUNTOS JURIDICOS de esta Secretaría ha tomado la debida intervención.

Que la presente medida se dicta en uso de las facultades otorgadas por los Decretos Nros. 101/85, 357/02 y 15/03.

Por ello,

El SECRETARIO DE CULTURA **DE LA PRESIDENCIA DE LA NACION RESUELVE:**

Artículo 1º - Sustitúyese el artículo 3 de la Resolución SCN Nº 866 de la fecha 16 de octubre de 2003 por el siguiente:

“El CERTIFICADO NACIONAL DE ARTESANIA, así como los formularios 1 y 2, el Sello Triangular y el Marbete, creados por los artículos 1º y 2º de la presente Resolución, serán suscriptos por el DIRECTOR DE INDUSTRIAS CULTURALES, previa elevación del informe técnico elaborado por los titulares del MERCADO DE **ARTESANIAS TRADICIONALES ARGENTINAS** - MATRA-, dependiente de la DIRECCION NACIONAL **DE ACCION FEDERAL E INDUSTRIAS CULTURALES**, y el INSTITUTO NACIONAL DE ANTROPOLOGIA Y **PENSAMIENTO LATINOAMERICANO** -INAPL-. El DIRECTOR DE INDUSTRIAS CULTURALES será responsable de expedir el certificado que acredite el carácter de artesanía de los productos y entregar los marbetes que correspondan en forma gratuita.

En caso que el DIRECTOR DE INDUSTRIAS CULTURALES estuviere ausente por un lapso mayor a diez días, autorizar al DIRECTOR NACIONAL **DE POLITICA CULTURAL Y COOPERACION** INTERNACIONAL en primer lugar, y en oportunidad de una ausencia de este último mayor a cinco días, al DIRECTOR NACIONAL DE PATRIMONIO Y MUSEOS, en segundo lugar, a los fines de extender el mencionado “**CERTIFICADO NACIONAL DE ARTESANIAS**”.

Art. 2º - Sustitúyese el **ANEXO II** de la Resolución SCN Nº 866 de la fecha 16 de octubre de 2003 por el **ANEXO II** de la presente.

Art. 3º - Modifíquese el texto del artículo 5 de la Resolución SCN Nº 866 de la fecha 16 de octubre de 2003 por el siguiente:

“Autorizar al MERCADO **DE ARTESANIAS TRADICIONALES ARGENTINAS** -MATRA- y al INSTITUTO NACIONAL **DE ANTROPOLOGIA Y PENSAMIENTO LATINOAMERICANO** -INAPL- dependiente de la **DIRECCION NACIONAL DE PATRIMONIO Y MUSEOS** a efectuar, en los casos que resulten pertinentes, las correspondientes consultas técnicas en materia artesanal al **CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES -CFI-**, a los Mercados Artesanales Provinciales oficiales o cualquier otro organismo de carácter oficial de nivel provincial o municipal, con competencia en la materia a los fines de elaborar el Informe Técnico a elevar al **DIRECTOR DE INDUSTRIAS CULTURALES**.”

Art. 4º - Regístrese, comuníquese, dése a la **DIRECCION NACIONAL DEL REGISTRO OFICIAL** para su publicación. Oportunamente, archívese.

José Nun





## Anexo III

### PROCEDIMIENTO PARA LA EMISION DEL CERTIFICADO NACIONAL DE ARTESANIA

Cuando se trate de solicitudes de emisión de Certificado presentadas ante la **SECRETARIA DE CULTURA DE LA PRESIDENCIA DE LA NACION**, el solicitante deberá iniciar el trámite por el **DEPARTAMENTO DE DESPACHO Y MESA DE ENTRADAS**, que caratulará los Formularios 1 y 2 junto con el resto de la documentación presentada por el interesado.

Con posterioridad girará una copia de los actuados al **MERCADO DE ARTESANIAS TRADICIONALES ARGENTINAS -MATRA -** y al **INSTITUTO NACIONAL DE ANTROPOLOGIA Y PENSAMIENTO LATINOAMERICANO -INAPL-** para la prosecución de su trámite a los fines de intervenir por medio de una evaluación y elaboración de un **INFORME TECNICO** que será elevado al **DIRECTOR DE INDUSTRIAS CULTURALES**.

Cuando se trate de solicitudes de emisión de Certificado provenientes del interior del País, la solicitud podrá ser presentada ante la autoridad provincial con competencia en materia artesanal, quien asignará un técnico provincial responsable de verificar la documentación presentada y las muestras de los productos que se pretende exportar. El técnico provincial responsable emitirá un informe en el anverso del Formulario 2, indicando la pertinencia o no de la emisión del Certificado solicitado.

La autoridad provincial responsable remitirá al **DEPARTAMENTO DE DESPACHO Y MESA DE ENTRADAS** los originales de los formularios presentados, así como la documentación anexa requerida, vía postal, o por cualquier medio que garantice la recepción. Este **DEPARTAMENTO DE DESPACHO Y MESA DE ENTRADAS** caratulará los Formularios 1 y 2 recibidos, adjuntando por cuerda separada el resto de la documentación presentada por el interesado, y enviará al **MATRA** y al **INAPL** una copia de los actuados para la prosecución del trámite.

El **MATRA** y el **INAPL** intervendrán elevando un **INFORME TECNICO** al **DIRECTOR DE INDUSTRIAS CULTURALES**, quien, si correspondiere, extenderá el **CERTIFICADO NACIONAL DE ARTESANIA**.

Este **CERTIFICADO** será entregado o remitido junto a los marbetes en los casos que correspondan, a la provincia de origen vía postal, o por cualquier medio que garantice la recepción. La autoridad provincial en materia artesanal será responsable de entregar al solicitante el Certificado y los marbetes o estampillas si fuera necesario.

La **DIRECCION DE INDUSTRIAS CULTURALES** llevará un registro correlativo de los Certificados extendidos, así como de los marbetes entregados.

La mencionada Dirección informará mensualmente a la **DIRECCIÓN NACIONAL DE POLÍTICA CULTURAL Y COOPERACIÓN INTERNACIONAL** la cantidad de los certificados emitidos e indicará expresamente el destino de cada una de las exportaciones.

En los casos en que el otorgamiento de la Certificación sea denegado por no ajustarse a los requisitos y criterios descritos en el Anexo I, aprobados por la presente resolución, tal denegación será definitiva e irreversible. Únicamente se podrá solicitar la revisión de la decisión en los casos de denegación por presentación de documentación incompleta, una vez que esta situación haya sido subsanada.



## Anexo IV

### Recomendación NG0021B1 de la OMA (7 julio 2000)

**El Consejo de Cooperación Aduanera**, Tomando nota de que el Sistema Armonizado ha sido ampliamente adoptado por los países y las uniones aduaneras o económicas;

Reconociendo que los productos hechos a mano representan una parte significativa de los ingresos del comercio y del turismo tanto para los países en desarrollo como para los países desarrollados;

Considerando que los productos hechos a mano no han sido identificados separadamente en el Sistema Armonizado, y

Tomando en cuenta la solicitud del Centro de Comercio Internacional UNCTAD/OMC con miras a recopilar y comparar datos comerciales respecto de los productos hechos a mano a fin de elaborar estrategias de promoción comercial de dichos productos a nivel internacional,

RECOMIENDA a sus administraciones miembros, a las Partes contratantes de la Convención sobre el Sistema Armonizado y a los países que utilizan nomenclaturas estadísticas basadas sobre el Sistema Armonizado, tomen todas las medidas pertinentes para:

- 1) incluir, en sus nomenclaturas estadísticas, una definición de los productos "hechos a mano";
- 2) incluir, en sus nomenclaturas estadísticas, disposiciones relativas a la certificación de los productos "hechos a mano" como tales, si así lo juzgan necesario; y
- 3) añadir, tan pronto como sea posible, en sus nomenclaturas estadísticas, tantas subdivisiones adicionales para los productos hechos a mano como lo juzguen conveniente.

PIDE a las administraciones miembros y a las partes contratantes de la Convención sobre el Sistema Armonizado notifiquen al Secretario General de la Aduana:

- 1) la definición de los productos hechos a mano estipulada en sus nomenclaturas estadísticas;
- 2) las disposiciones relativas a la certificación de los productos hechos a mano, si las hubiere, enunciadas en sus nomenclaturas estadísticas;
- 3) la lista de subdivisiones en sus nomenclaturas estadísticas para los productos hechos a mano;
- 4) su aceptación de la presente Recomendación así como su fecha de aplicación.



# Anexo V

## Identificación de las Posiciones Arancelarias

### Listado por Rubro

#### 1 - ARTESANÍA DEL TEJIDO

Telas

Fajas

Lana Hilada

Almohadones

Caminos -Tapices

Medias - Guantes

Mantas

Flecos

Rebozos

Alfombras

Bolsos

Hamacas

Poncho

Peleros

Alforjas/Maletas

Bufandas - Gorras

#### 2 - ALFARERÍA

Ollas

Candeleros

Tinajas

Platos

Vasijas

Juguetes

Vasos

Jarra

Figuras de hombre

Figura de plantas

Figura de animales

#### 3 - CESTERÍA

Animales

Costureros

Bolsos

Canastos

Flores

Paneras

Esteras

Sogas

Posa vasos/ Platos

Otros

#### 4 - ARTESANÍA DEL CUERO

Piezas de arreos

Cinturones

Pellones

Monturas

Llaveros

Quillangos

Petacas

#### 5 - ARTESANÍA DE LA MADERA

Platos

Cucharas

Vasos

Fuentes -Bateas

Morteros

Jarros

#### 6 - IMAGINERÍA O SANTERÍA

Figuras de Santos

Cristos

Vírgenes

Pesebres

Angelitos

### **7 - INSTRUMENTOS MUSICALES**

---

Idiófonos

---

Membranófonos

---

Cordófonos

---

Aerófonos

---

Bombos

---

Erkenchos

---

Anatas

---

Guitarras - Charangos

---

Cajas

---

Violines

---

Erkes

---

Pincullos

---

Quena

---

Sicus

---

### **8 - ARTESANÍA DE LOS METALES ( PREFERENTE DE PLATA)**

---

Figuras de personas

---

Figuras de plantas

---

Figuras de animales

---

Adornos

---

Cucharones/cucharitas

---

Herrajes

---

Joyas

---

Bombillas

---

Platos

---

Adornos para arreos

---

Promesas

---

Cuchillos

---

Jarros

---

### **9 - TRABAJO EN PIEDRA**

---

#### **10 - TRABAJO EN ASTA**

---

Chifles

---

Anillos

---

Chambaos

---

Pulseras

---

Botones

---

Mates

---

#### **11 - TRABAJO EN PAPEL**

---

Flores

---

Coronitas

---





## Anexo VI

### Posiciones Arancelarias detectadas para artesanías. Clasificación de Artesanías por posiciones arancelarias a 8 dígitos

POSICIÓN ARANCELARIA	DESCRIPCIÓN S/ NOMENCLADOR	RUBROS	PRODUCTOS/ PIEZAS
42010010	Artículos de talabartería o guarnicionería p/todos los animales, de cuero natural o regenerado	Artesanía del Cuero	Piezas de arreos Monturas (1)
42010090	Los demás de cuero	Artesanía del Cuero	Silla de montar, cabezadas y riendas (1)
42021100	Los demás de cuero	Artesanía del Cuero	Bolsos de cuero no comp en otras partes
42021900	Baúles, valijas, portafolios y similares c/superficie exterior de materias ncomp.*	Artesanía del Tejido	Alforjas/Maletas
42022100	Cuero natural o charolado bolsos de mano ( carteras) incluso con bandoleras o sin asas	Artesanía del Cuero	Bolsos de mano
42022900	Bolsos de mano c/superficie exterior de materias ncomp*	Artesanía del Tejido	Bolsos (2)
42023100	Artículos de bolsillo o de bolsos de mano c/superficie exterior de cuero	Artesanía del Cuero	Llaveros billeteras, pitilleras, petacas, portamonedas
42023900	LAS DEMÁS . Artículos de bolsillo	Artesanía del Cuero	Billeteras de cuero (1)
42033000	Cintos, cinturones y bandoleras de cuero	Artesanía del Cuero	Cinturones
42050000	Las demás manufacturas de cuero natural o regenerado	Artesanía del Cuero	Otros productos de cuero
43021910	Pieles curtidas o adobadas de ovinos, enteras incluso s/cabeza, cola o patas, s/ensamblar	Artesanía del Cuero	Pellones (cojinillo para el asiento de la montura)
43021990	Pieles curtidas o adobadas de animales, enteras incluso s/cabeza, cola o patas, s/ensamblar	Artesanía del Cuero	Alfombra de cuero bovino (1)
43023000	Pieles enteras, trozos y recortes de pieles, curtidos o adobados, ensamblados	Artesanía del Cuero	Quillangos
44190000	Artículos de mesa o de cocina de madera	Artesanía de la Madera	Platos, cucharas, fuentes , morteros
44201000	Estatuillas y otros objetos de adorno, de madera	Imaginería o Santería	Cristos, santos, vírgenes, angelitos
44209000	Otras manufacturas de madera ncomp. *	Artesanía de la madera Imaginería o santería	Jarros, cristos, santos, vírgenes, angelitos (2)
44210090	Demás manufacturas de madera	Artesanía de la Madera	Mates de madera de palo santo .000T
46012000	Esterillas, esteras y cañizos, de materias vegetales trenzables	Cestería	Esteras (2)
46019100	Artículos de materias vegetales trenzables, ncop. *	Cestería	Animales
46021000	Artículos de cestería de materias vegetales	Cestería	Costureros, bolsos, canastos, paneras, posavasos, posaplatos
51052910	Tops --- lana o pelo fino u ordinario, cardados o peinados ( no a granel)	Artesanías del Tejido	Tops (1)
51061000	Hilados de lana cardada sin adicionar p/ la venta al por menor-- con un contenido superior a 85% en peso	Artesanías del Tejido	Madejas de lana

POSICIÓN ARANCELARIA	DESCRIPCIÓN S/ NOMENCLADOR	RUBROS	PRODUCTOS/ PIEZAS
51091000	Madejas de lana al 85%	Artesanías del Tejido	Madejas de lana (2)
51121910	Tejidos de lana peinada	Artesanías del Tejido	Tejidos (1)
57011011	Alfombras de nudo, de lana, hechas a mano	Artesanía del Tejido	Alfombras
57011020	Alfombras de nudo, de pelo fino	Artesanía del Tejido	Alfombras
57019000	Alfombras de nudo, de material textil	Artesanía del Tejido	Alfombras
57021000	Alfombras "Kelim", "Soumak" y similares hechas a mano	Artesanía del Tejido	Alfombras
58050010	Tapicería de algodón, tejida a mano y de aguja	Artesanía del Tejido	Tapicería, manteles, bordados, caminos
58050090	Tapicería de materia textil ncomp.*, tejida a mano y de aguja	Artesanía del Tejido	Tapices
61011000	Abrigos, chaquetones y similares de punto, de lana o pelo fino p/hombres o niños	Artesanía del Tejido	Poncho, (también incluye capas, anoraks, abrigos, sobretodos, chaquetones y similares) (2)
61101100	Suéteres, pullóveres, cardigan, chalecos y art. similares de punto ---- mezclados c/ pelo fino	Artesanía del tejido	Suéter
61101900	Suéter mezclado con lana exclusivamente.	Artesanía del Tejido	Cardigans (2)
61159100	Medias, calcetines y artículos similares de punto, de lana o pelo fino	Artesanía del Tejido	Medias
61169100	Guantes, mitones y manoplas de punto, de lana o pelo fino, ncomp. *	Artesanía del Tejido	Guantes
61171000	Chales, pañuelos de cuello, bufandas, mantillas, velos y artículos similares de punto	Artesanía del Tejido	Bufandas
61178000	Accesorios de vestir, de punto, no expresados ni comprendidos en otra parte	Artesanía del Tejido	Rebozos
62011100	De lana o pelo fino -abrigos, chaquetones, capas, anoraks y similares	Artesanía del Tejido	Ponchos (1)
62129000	Prendas y complementos de vestir ---sostenes , fajas, corsés, tiradores, ligas y artículos similares, incluso de punto	Artesanía del Tejido	Fajas
62142000	de lana o pelo fino	Artesanía del Tejido	Bufandas (1)
62171000	Los demás complementos para vestir, partes de prendas o de complementos	Artesanía del Tejido	Fajas criollas (1)
63012000	Mantas de lana o pelo fino, excluidas las eléctricas	Artesanía del Tejido	Mantas (2)
63019000	Mantas no expresadas ni comprendidas en otra parte	Artesanía del Tejido	Peleros (sudadero para caballos)
63024000	Ropa de mesa, de punto	Artesanía del Tejido	Caminos
63041990	Colchas de las demás materias textiles	Artesanía del Tejido	Colchas (1)
63080000	Juegos constituidos por piezas de tejido e hilado, incluso c/accesorios p/ la confección de alfombras, tapicería, manteles o servilletas bordados o artículos textiles similares, en envases para la venta al por menor	Artesanía del Tejido	Tapicería, manteles, bordados, caminos (2)
64032000	Calzado c/suela y parte superior de tiras de cuero natural que pasan por el empeine y rodean al dedo gordo	Artesanía del Cuero	Ojotas de cuero
64051090	Calzado c/parte superior de cuero ncomp. *	Artesanía del Cuero	Botas (comprende también fustas, látigos, se abre en muchas posiciones)
65040090	Sombreros y otros tocados excluidos de paja fina	Artesanía del Tejido	Sombreros, gorros

POSICIÓN ARANCELARIA	DESCRIPCIÓN S/ NOMENCLADOR	RUBROS	PRODUCTOS/ PIEZAS
65059000	Sombreros y tocados de cualquier material, excluido en bandas	Artesanía del Tejido	Sombreros de piel (1)
67029000	Flores, follaje, frutos artificiales y sus partes, de materias excluido plástico	Cestería	Flores
69120000	Vajillas, otros artículos de uso doméstico, higiene o tocador, de cerámica excluida porcelana	Alfarería	Ollas, tinajas, platos, vasijas, vasos, jarras (también comprende juegos de te, café, teteras, cafeteras, ensaladeras fuentes (2))
69139000	Estatuillas y otros adornos de cerámica excluida porcelana	Alfarería	Figuras de hombre, plantas, animales, santos, cristos, vírgenes, ángeles, crucifijos maceteros, estatuas y estatuillas (2)
69149000	Manufacturas de cerámica excluida porcelana ncomp. *	Alfarería	Candeleros y otros aros y pulseras de semillas y cerámica
71131100	Art. de joyería y sus partes de plata	Artesanía de los metales	Joyas
71141100	Artículos de orfebrería de plata	Artesanía de los metales	Adornos, bombillas, mates, platos, cucharones, cucharas
71142000	Art. de orfebrería de chapado de metal precioso sobre metal común	Artesanía de los metales	bombillas para mate (1)
71171900	Artículos de bisutería de metales comunes excluido gemelos	Artesanía de metales	Bisutería de plata (2)
82119290	Cuchillos de hoja fija, de metal común, excluidos de mesa, cocina, carnicería y caza	Artesanía de los metales	Cuchillos
82159990	Cubiertos, palas p/tortas, pinzas p/azúcar y artículos similares, de metal común, ncomp.*	Artesanía de los metales	Cuchillos
83062100	Plateados, dorados, platinados estatuas, estatuillas q representen animales, seres humanos o no humanos	Artesanía de los metales	Estatuas, estatuillas q representen animales, seres humanos o no humanos
92029000	Instrumentos musicales de cuerda excluidos de arco	Instrumentos musicales	Guitarras, charangos, (se discriminan por el SIM)
92059000	Instrumentos musicales de viento excluido los metales	Instrumentos musicales	Quena, sicus, anata, ocarinas
92060000	Instrumentos musicales de percusión	Instrumentos musicales	Bombos, cajas
92089000	Instrumentos musicales, incluidos silbatos, cuernos y otros instrumentos de boca, de llamada o aviso, ncomp.*	Instrumentos musicales	Erke, erkenko (también organillos, pájaros cantores, sierras musicales, y otros comprendidos)
94018000	Asientos ncomp.* excluido c/ amazón de madera o de metal	Artesanía del Tejido	Hamacas
94049000	Artículos de cama y similares ncomp. *	Artesanía del Tejido	Almohadones, almohadas, edredones
95051000	Artículos para fiestas de navidad en madera / cerámica	Imaginería o santería	Angelitos, pesebres
95069900	Arcos de madera ( de los indios).310B -330H FLECHAS de indios	Artesanía de la Madera	Arcos y flechas
96019000	Hueso, concha de tortuga, cuerno, asta, coral, nácar y materias similares p/tallar, trabajadas y sus manufacturas	Trabajo en Asta	Chifles, pulseras, anillos chambaos, botones, otros mates de asta
96020090	Materias vegetales o minerales p/tallar y sus manufacturas, manufacturas de cera, parafina, estearina y similares naturales, ncomp. *	Trabajo en Materias diversos no metales	Aros y pulseras de semillas - mates de calabaza y cuero - mates y bombillas (1)

\* ncomp.: no expresados ni comprendidos en otra parte

(1) Registradas en oportunidades comerciales de la Fundación EXPORT.AR

(2) En envíos de exportadores

## Clasificación de los productos artesanales por posiciones arancelarias a 8 dígitos. Apertura del Sistema Informático María

NCM	SIM	PRODUCTOS CONSIDERADOS	PRODUCTOS EXCLUIDOS
42010010	000B	Art. de talabartería o guarnicionería para todos los animales de cualquier materia (tiros, traíllas, rodilleras, bozales, sudaderos, alforjas, abrigos p/ perros ----de cuero natural o regenerado .En esta posición encontramos posiciones que van desde 300 FOB US\$ hasta 4.000.000 FOB US\$. Se excluyen los mayores de 5000 FOB US\$. Las compras > 1.000.000 se concentran en 4 países EE. UU., Reino Unido, Francia y Países Bajos. Los valores mayores de 5000	
42010090	000E	Artículos de talabartería o guarnicionería p/todos los animales, de cualquier materia excluido cuero. Los montos van entre 100 US\$ FOB a 350.747 US\$ FOB. Hay muchas operaciones entre 100 US\$ y 5000 US\$	
42021100	000L		000I L NO FIGURA Art. de talabartería o guarnicionería, Art. de viaje, bolsos de mano, manufacturas de tripa ---42021baúles, maletas, maletines porta documentos, portafolios ( carteras de mano) Baúles, valijas, portafolios y similares, c/superficie exterior de cuero natural, regenerado o charolado
42021100	111X		Portafolios
42021100	112Z		Maletines incluso los de aseo
42021100	119P		Los demás
42021100	193C		portafolios
42021100	191Y		Baúles
42021100	192A		
42021100	193C		Portafolios
42021100	194E		Maletines incluidos los de aseo
42021100	199Q		Los demás
42021100	211C		Portafolios
42021100	219V		Los demás maletines
42021100	212E		Maletines
42021100	291D		Baúles
42021100	293H		Portafolios
42021100	294K		Maletines incluidos los de aseo
42021100	299W		Los demás ( de cuero)
42021900	000G	Artículos de manufacturas de cuero, art. de talabartería o guarnicionería, art. de viaje, bolsos de mano, manufacturas de tripa --- 42021 baúles, maletas, maletines, porta documentos, portafolios, carteras de mano - pueden caer alforjas o maletas de tejido s/ el despachante	
42021900	111T		MALETINES
42021900	119K		LOS DEMÁS

NCM	SIM	PRODUCTOS CONSIDERADOS	PRODUCTOS EXCLUIDOS
42021900	192W		VALIJ
42021900	191U		BAÚLES
42021900	199L		LOS DEMAS (maletines)
42021900	919d		LOS DEMAS (maletines)
42021900	912 N		Maletines incluidos los de aseo
42021900	991M		BAULES
42021900	992P		VALIJAS
42021900	993R		PORTAFOLIOS
42021900	994U		MALETINES INCLUIDOS LOS DE ASEO
42021900	999E	Los demás	
42022100	000A	000A NO FIGURAN cuero natural o charolado bolsos de mano (carteras) incluso con bandoleras o sin asas	
42022100	110J	Cuero natural o charolado bolsos de mano (carteras) incluso con bandoleras o sin asas ----- de hasta 90 cm de perímetro por cara de cuero natural o charolado	
42022100	190K	LOS DEMÁS	
42022100	210P	De hasta 90 cm de perímetro por cara de cuero regenerado	
42022100	290Q		LOS DEMÁS
42022900	000W	000W NO Figura bolsos de mano (carteras incluso con bandoleras o sin asas) -LOS DEMÁS	
42022900	100B	De hasta 90 cm por cara	
42022900	900V	LOS DEMAS	
42023100	000P	NO FIGURA artículos de bolsillo o de bolso de mano (billeteras, portamonedas, fundas tarjeteros de cuero natural)	
42023100	110Y	Billeteras de cuero natural o charolado	
42023100	120B	Portamonedas	
42023100	130E	Pitilleras	
42023100	140H	Fundas y estuches para gafas	
42023100	150L	Tarjeteros y portachequeras	
42023100	190Z	LOS DEMAS	
42023100	210D	Billeteras	
42023100	220G	Portamonedas (de cuero regenerado)	
42023100	240N	Fundas y estuches para gafas	
42023100	250R	Tarjeteros y portachequera (de cuero regenerado)	
42023100	290E	LOS DEMÁS (de cuero regenerado)	
42023900		Las demás Billeteras de cuero figuran en las oportunidades comerciales -- agregado	
42033000	100 B	Prendas y complementos de vestir de cuero natural o regenerado - cintos, cinturones y bandoleras-- CORTADOS EN FORMA según Res. 747/95 MEOSP	
42033000	900V	Prendas y complementos de vestir de cuero natural o regenerado cintos cinturones bandoleras ---- LOS DEMÁS	
42050000	100W		Entretencimientos p/ mascotas
42050000	200B		Viras para calzado
42050000	900P	Las demás manufacturas de cuero natural o regenerado ----- LAS DEMAS	

NCM	SIM	PRODUCTOS CONSIDERADOS	PRODUCTOS EXCLUIDOS
43021910	000Y	Peletería y confecciones de peletería ----4302-peletería curtida o adobada ( incluida cabezas, colas, y demás Trozos, desechos, incluso ensambladas sin otras materias, no comprende prendas de vestir -- 43021pieles enteras , incluso s/ cabeza, cola o patas , sin ensamblar --- DE OVINOS	
43021990	000B	000 B NO FIGURA Pieles curtidas o adobadas de animales ncop. (*),enteras incluso s/cabeza, cola o patas, s/ensamblar En oportunidades comerciales son alfombras de cuero bovino	
43021990	100G	De conejo o liebre	
43021990		Pieles curtidas o adobadas de ovinos, enteras incluso s/cabeza, cola o patas, s/ensamblar alfombras de cuero bovina figura en oportunidades comerciales	
43021990	900ª	Las demás pieles curtidas o adobadas de ovinos, enteras incluso s/cabeza, cola o patas, s/ensamblar alfombras de cuero bovina figura en oportunidades comerciales	
43023000	000J	Pieles enteras y trozos y recortes, ensamblados. En esta posición pueden caer quillangos	
44190000	000Y	Art. de mesa o cocina de madera	
44201000	000R	Estatuillas y demás objetos de madera	
44209000	000E	Los demás ( 000R son estatuillas y obj. para adornos de madera) --- LOS DEMAS OBJETOS	
44219000	100D		Las demás manufacturas de madera MONDADIENTES
44219000	200J		PALILLOS P/ HELADOS
44219000	900X	LOS DEMÁS --- Según oportunidades comerciales son figuras talladas de madera	
46012000	NO SE ABRIO	Esterillas, esteras, cañizos.	
46019100	NO SE ABRIO	Trenzas y art. similares de materia trenzable. Incluso ensamblados en tiras, trenzas y Art. similares Ej. esterillas, esteras, cañizos	
46019900	NO SE ABRIO	Trenzas y art. similares de materia trenzable. Incluso ensamblados en tiras, trenzas y art. similares, ej. esterillas, esteras, cañizos	
46021000	NO SE ABRIO	De materia vegetal art. de cestería obtenidos directamente en su dorma con materia trenzable	
46029000	NO SE ABRIO		De las demás materias art. de cestería obtenidos directamente en su dorma con materia trenzable
51052910		Tops --- lana o pelo fino u ordinario, cardados o peinados figura en oportunidades comerciales	
51061000	000A	Hilados de lana cardada sin adicionar p/ la venta al por menor-- con un contenido superior a 85% en peso	
51121910		Tejidos de lana peinada (figura en oportunidades comerciales)	
57011011	NO SE ABRIO	Alfombras de nudo, de lana, hechas a mano	
57019000	NO SE ABRIO	Alfombras de nudo, de material textil excluida lana y pelo fino	
57021000	NO SE ABRIO	Alfombras "Kelim","Soumak" y similares hechas a mano	
58050010	000Y	Tapicería de algodón, tejida a mano y de aguja	
58050010	NO SE ABRIO	Tapicería de algodón, tejida a mano y de aguja	
58050020	NO SE ABRIO		Tapicería de fibras sintéticas y artificiales tejida a mano y de aguja
58050090	000B	Tapicería de materia textil ncomp1s, tejida a mano y de aguja - de las demás mat. textiles	

NCM	SIM	PRODUCTOS CONSIDERADOS	PRODUCTOS EXCLUIDOS
58050090	NO SE ABRIO	Tapicería de materia textil ncomp.25, tejida a mano y de aguja	
59019000	000Y		Telas impregnadas revestidas o estratificadas , artículos técnicos de materia textil ---5901 telas recubiertas de cola de los tipos usados p/ encuadernación, estuchería. Transparentes p/ calcar. Bucarán y telas rígidas p/ sombrerería
61011000	000R	000 R NO FIGURA prendas y complementos de vestir de punto --- 6101 abrigos, chaquetones, capas anorak cazadoras y art. similares de punto p/hombres o niños excepto trajes -- (de lana o pelo fino). ACÁ ENTRAN LOS PONCHOS	
61011000	122E	Chaquetones y art. similares – de lana o pelo fino	
61011000	113G	Capas y art. similares – de lana o pelo fino	
61011000	211H	Abrigos ( sobretodos) y art. similares	
61011000	212K	Chaquetones y art. similares	
61011000	213M	Capas y art. similares	
61011000	214P	Anoraks, cazadoras y art. similares	
61011000	290G	los demás (en abrigos)	
61012000	000F-114Y-190Q-212Z- 214D-290W-111R-112U		000F NO FIGURA prendas y complementos de vestir de punto --- 6101 abrigos, chaquetones, capas, anorak, cazadoras y art. similares de punto p/hombres o niños excepto trajes (de algodón)
61012000	214F		Anoraks, parkas, cazadoras y art. similares (de algodón)
61051000	000Q		Prendas y complementos de vestir de punto --- 6105 camisas de punto p/hombres o niños ( de algodón)
61051000	100Z		prendas y complementos de vestir de punto --- 6105 camisas de punto p/hombres o niños (de algodón)
61051000	190ª		prendas y complementos de vestir de punto --- 6105 camisas de punto p/hombres o niños ( de algodón)
61051000	210E		prendas y complementos de vestir de punto --- 6105 camisas de punto p/hombres o niños ( de algodón)
61051000	290F		prendas y complementos de vestir de punto --- 6105 camisas de punto p/hombres o niños ( de algodón)
61059000	000D		prendas y complementos de vestir de punto --- 6105 camisas de punto p/hombres o niños ( de algodón)
61059000	210T-100M-190N-290U		prendas y complementos de vestir de punto --- 6105 camisas de punto p/hombres o niños ( de algodón)
61159100	000L -	000L NO FIGURA Medias, calcetines y demás art. de calcetería incluso para varices, de punto ---zoquetes de lana o pelo fino	
61159100	210ª--220D-900K-110V	– 900K NO FIGURA Medias, calcetines y demás art. de calcetería incluso para varices, de punto ---zoquetes de lana o pelo fino	

NCM	SIM	PRODUCTOS CONSIDERADOS	PRODUCTOS EXCLUIDOS
61159200	000Y		000Y NO FIGURA Medias, calcetines y demás Art. de calcetería incluso para varices, de punto ---zoquetes de algodón
61159200	1106		Para hombres o niños ( zoquetes de algodón)
61159200	120k		Para mujeres o niñas ( zoquetes de algodón)
61159200	210M		Medias ¾ de algodón para hombres
61159200	220Q		Medias ¾ de algodón para mujeres
61159200	900X		Medias ¾ de algodón
61169100	000E	prendas y complementos de vestir de punto --- 6106 guantes motones y manoplas de punto- de lana o pelo fino	
61169200	000R		Prendas y complementos de vestir de punto - 6116 guantes mitones y manoplas de punto -de algodón
61171000	000Y	000 Y NO FIGURA --- 6117 los demás complementos de vestir confeccionados de punto, partes de prenda o de complementos - chales , bufandas, velos y artículos similares	
61171000	100D	Chales , mantillas, velos y art. similares	
61171000	200J		Pañuelos de cuello y artículos similares
61171000	300P	Bufandas y artículos similares	
61178000	000X	De punto. LOS DEMÁS COMPLEMENTOS DE VESTIR (ACCESORIOS )	
62011100		De lana o pelo fino -- abrigos, chaquetones, capas, anoraks y similares ponchos figura en las oportunidades comerciales -- agregado	
62129000	000A	Prendas y complementos de vestir ---sostenes, fajas, corsés, tiradores, ligas y artículos similares, incluso de punto --- LOS DEMÁS	
62142000		De lana o pelo fino. Bufandas cuero figura en las oportunidades comerciales -- agregado	
62171000		Los demás complementos para vestir, partes de prendas o de complementos fajas criollas figura en las oportunidades comerciales --agregado	
63012000	000U	000V NO FIGURA mantas de lana o pelo fino ( excepto las eléctricas)	
63012000	100Z	Mantas- de lana o pelo fino 2 y media plazas	
63012000	200E	Mantas-de lana o pelo fino 2 plazas	
63012000	300	Mantas- de lana o pelo fino 1 1/2 plazas	
63012000	400Q	Mantas-de lana o pelo fino 1 plazas	
63012000	900T	Mantas- de lana o pelo fino las demás	
63013000	200U	Mantas de algodón	
63013000	100N	Mantas de algodón	
63013000	000H	000 H NO FIGURA Mantas de algodón	
63013000	300Z	Mantas de algodón	
63013000	400E	Mantas de algodón	
63013000	900G	Las demás mantas de algodón	

NCM	SIM	PRODUCTOS CONSIDERADOS	PRODUCTOS EXCLUIDOS
63019000	000T	La demás mantas	
63019000	200D –400P	La demás mantas	
63019000	900R	La demás mantas	
63019000	000T	000 T NO FIGURA las demás mantas	
63024000	100W		Ropa de mesa de punto MANTELES
63024000	200B	Ropa de mesa de punto carpetas	
63024000	300G		Posavasos
63024000	400M		Ropa de mesa de punto, individuales de mesa
63024000	900P	Los demás - ropa de mesa de punto	
63041990		De las demás materias textiles: colchas figura en oportunidades comerciales	
64032000	no se abrió	Calzado c/suela y parte superior de tiras, de cuero natural que pasan por el empeine y rodean al dedo gordo	
64051090			000 Y NO FIGURA Los demás calzados ncop.3* c/parte superior de cuero
64051090	113N – 112L-114Q- 119B		Los demás calzados ncop.4* .c/parte superior de cuero
64052000	900Y / 100E		Calzado, con la parte sup. de materia textil
64052000	110H- 120L- 130P- 190J- 230V –290P- 320X- 411B- 412D –413F- 414H- 491C –910B- 920E –930H- 990C		Pantufas y chinelas
65040010		Sombreros y otros tocados de paja fina (manila, Panamá y similares)	
65040090		Sombreros y otros tocados excluidos de paja fina (de junco, de cuero , cáñamo, fabricado por unión de tiritas); de demás materias	
65059000	000E	000E NO FIGURA sombreros, demás tocados de punto o confeccionados con encaje u otro producto textil----- LAS DEMÁS	
65059000	100K	100 K NO FIGURA los demás sombreros s/ ornamentar (varios tipos lana fieltro, pelo las demás materias )	
65059000	111Q	De fieltro - ( sombreros sin ornamentar)	
65059000	119H-129L –199J	LOS DEMÁS (sombreros son ornamentar)	
65059000	121U- 191R- 211W		DE FIELTRO
65059000	199J	LOS DEMAS	
65059000	219N –299P-221Z- 291X	LOS DEMAS ( de las demás materias)	

APORTES CONCEPTUALES Y METODOLOGICOS

NCM	SIM	PRODUCTOS CONSIDERADOS	PRODUCTOS EXCLUIDOS
65059000	200Q	200 Q NO FIGURA los demás sombreros ( varios tipos lana fieltro, pelo, las demás materias )	
65059000	300W		300W NO FIGURA gorros c/ visera s/ ornamentar
65059000	310Z – 320c –390 <sup>a</sup>		De algodón, de fibras sintéticas (gorros con visera)
65059000	411G –419Z – 421 K –429C – 491H –499A –631Z –639R-641C 649V-690R		BORDADOS (los demás gorros con visera)
650590000	911J – 921M	De lana ( sin ornamentar gorras)	
65059000	519E	Las demás	
65059000	531U –539L –541X – 549P –590L- 912 L –913N – 919 B –922 P – 923R – 929 E		De punto de algodón, de fibras sintéticas
65059000	911J	De lana	
65059000	921M	De lana	
65059000	900D	900 D NO FIGURA los demás sombreros, demás tocados y sus partes	
65059000	619K –629N	Las demás (demás boinas y similares)	
67029000	NO SE ABRIO	Flores follajes y frutos y sus partes, art. confeccionados con flores, follajes o frutos, excluidos plástico	
69120000	000U	000U NO FIGURA vajilla y demás art. p/ uso doméstico, higiene o tocador de cerámica excepto porcelana	
69120000	111E		Juegos de mesa de hasta 8 piezas
69120000	112G		De 9 a 20 piezas
69120000	121H		Juego de café
69120000	131L		Juego de té
69120000	140M	Platos (de cerámica)	
69120000	150Q	Fuentes y ensaladeras ( de cerámica)	
69120000	160U		TAZAS
69120000	170X	Cafeteras y teteras	
69120000	190D	Lo demás	
69120000	900T	6912 vajilla y demás Art. p/ uso domestico higiene o tocador de cerámica excepto porcelana - LOS DEMÁS	
69131000			Estatuillas y otros adornos de porcelana
67021000	no se abrió		Flores , follajes. Art. confeccionados con esas materias de plástico
67029000	no se abrió	Flores , follajes . Art. Confeccionados esas materias	
69120000	111E		Juegos de mesa de hasta 8 piezas

NCM	SIM	PRODUCTOS CONSIDERADOS	PRODUCTOS EXCLUIDOS
69120000	112G		Juegos de mesa de 9 a 20 piezas
69120000	113J -114L-115N- 119X		Juegos de mesa de 21 a 30 piezas
69120000	121H- 122K- 123M- 129A		Juego de café
69120000	131L-132N- 133Q- 139D		Juego de té
69120000	140M	PLATOS ( de cerámica)	
69120000	150Q	FUENTES Y ENSALADERAS ( de cerámica)	
69120000	160U		TAZAS
69120000	170X	CAFETERAS Y TETERAS	
69120000	190D	LO DEMAS	
69120000	900T	6912 vajilla y demás Art. p/ uso domestico higiene o tocador de cerámica excepto porcelana - LOS DEMAS	
69131000			Estatuillas y otros adornos, de porcelana
69139000	000P	000P NO FIGURA estatuillas y demás Art. p/ adorno , de cerámica (jarrones, estatuas y estatuillas, maceteros, crucifijos)	
69139000	100V	JARRONES ( cerámica)	
69139000	200A	ESTATUAS Y ESTATUILLAS ( cerámica)	
69139000	300F	MACETETOS (cerámica)	
69139000	400L	CRUCIFIJOS	
69139000	900N	LOS DEMAS (cerámica)	
69141000	No se abrió		Manufacturas de porcelana ncop.5*
69149000	No se abrió	Manufacturas de cerámica excluida porcelana ncop.	
71131100	110D	Art. de joyería y sus partes de metal precioso o de chapado (plaqué) --- de plata SIN COMBINAR CON OTRAS MATERIAS	
71131100	190E	Art. de joyería y sus partes de metal precioso o de chapado (plaqué) --- de plata --- LAS DEMÁS	
71131100	210J		REVESTIDA O CHAPADA DE ORO
71131100	290K		REVESTIDA O CHAPADA DE PLATINO
71141100	110X	Art. de orfebrería y sus partes de metal precioso o de chapado (plaqué) --- de plata -- SIN COMBINAR CON OTRAS MATERIAS	
71141100	190Y	Art. de orfebrería y sus partes de metal precioso o de chapado (plaqué) --- LAS DEMÁS	
71141100	110X	de plata SIN COMBINAR C/ OTRAS MATERIAS	
71142000		de chapado de metal precioso sobre metal común—bombillas de mate figura en oportunidades comerciales	
71171900	000P	Artículos de bisutería de metales comunes excluido gemelos --- -- LAS DEMÁS	
71179000		Artículos de bisutería de metales comunes excluido gemelos	
71171100			GEMELOS Y PASADORES bisutería
71179000		LOS DEMAS bisutería	

NCM	SIM	PRODUCTOS CONSIDERADOS	PRODUCTOS EXCLUIDOS
73239900	000M-120Z- 210B-500P- 600V-900L- 110W 210B 190X – 290C – 310G –390H – 400J		000M NO FIGURA manufacturas de fundición hierro o acero --- 7323 Art. de uso domestico y sus partes de fundición hierro o acero. Lana de acero o hierro, esponjas, estropajos
82119290	000L	000 L NO FIGURA herramientas y útiles, Art. de cuchillería y cubiertos de mesa, de metal común, partes de estos artículos, de metal común -----8211 cuchillos c/ hoja cortantes o dentada incluidas las navajas de podar y sus hojas	
82119290	110V	CON MANGO DE MADERA (cuchillos)	
82119290	120Y		CON MANGO DE PLASTICO (cuchillos)
82119290	190W	Los demás (cuchillos)	
82119290	910N	CON MANGO DE MADERA (cuchillos)	
82119290	920R		CON MANGO DE PLASTICO (cuchillos)
82119290	990P	LOS DEMAS (cuchillos)	
82159100	000K	Cucharas, tenedores espumaderas, palas p/ tarta, cuchillos para pescado o manteca, pinzas para azúcar y art. similares ---Plateados, dorados o platinados	
82159990	000U	000U NO FIGURA cucharas, tenedores espumaderas, palas p/ tarta, cuchillos para pescado o manteca, pinzas para azúcar y art. similares . Los demás	
82159900	100Z	Con mango de madera	
82159990	200E		Con mango de plástico
82159900	900T	Los demás	
83024900	000Q-100W- 200B-300G- 400M-900-P		Manufacturas diversas de metal común ----8302 ---herrajes p/ muebles, puertas, escaleras, ventanas, baúles, perchas, ruedas
83062100	000Q- 100W – 900P		Manufacturas diversas de metal común ---- 83062100 estatuas estatuillas q representen animales, seres humanos o no humanos. NO SE INCLUYE POR SER DE METAL
83062100	200B		Artículos para el ejercicio del culto
83062100	400M		Trofeos
83062900	000L –100R – 200X – 400H – 900K –300C		000L no figura en el nomenclador Manufacturas diversas de metal común ---- 83062900 estatuillas y demás art. o/ adorno NO SE INCLUYE POR SER DE METAL
92029000	110P		Instrumentos musicales 9202 los demás Instr. musicales de cuerda ----GUITARRAS
92029000	190Q	Instrumentos musicales 9202 Instr. musicales de cuerda. LOS DEMÁS	
92029000	900E	Instrumentos musicales 9202 Instr. musicales de cuerda. LOS DEMÁS	

NCM	SIM	PRODUCTOS CONSIDERADOS	PRODUCTOS EXCLUIDOS
92059000	110V	Los demás instr. musicales de viento: clarinetes, trompetas, gaitas. De tubo c/ agujeros---- FLAUTAS	
92059000	190W	Los demás instr. musicales de viento: clarinetes, trompetas, gaitas. De tubo c/ agujeros --- LOS DEMAS	
92059000	900K	Los demás Instr. musicales de viento: clarinetes, trompetas, gaitas. De tubo c/ agujeros --- LOS DEMAS	
92060000	No Se abrió	Instrumentos musicales de percusión ( el SIM discrimina )	
92089000	000R	Orquestriones, organillos, pájaros cantores, sierras musicales y demás instrumentos musicales no comprendidos en otra partida de este capítulos. Reclamos de cualquier clase, silbatos, cuernos y demás instrumentos de boca , de llamada o aviso--- LOS DEMAS	
93070000			Sables, espadas, bayonetas, lanzas y otras armas blancas, sus partes y fundas
94015000			Asientos de ratán, mimbre, bambú o materias similares
94016900		los demás Sillones y sillas de cuero. cuero figura en las oportunidades comerciales -- agregado	
94018000	100R -00H-300C- 390G-200X- 290B- 210A -310 F-211C- 219V-291D- 299W		ASIENTOS DE SEGURIDAD P/ NIÑOS
94018000	900K		Asientos, bancos LOS DEMAS
94038000			Muebles de otras materias excluido metal, madera y plástico
94049000	900E -		mercaderías y productos diversos--- 9404 somieres, art. de cama y similares ( colchones, cubrepiés, edredones, cojines, pifes, almohadas ----- LOS DEMÁS
94049000	200R		mercaderías y productos diversos--- 9404 somieres, art. de cama y similares ( colchones, cubrepiés, edredones, cojines, pifes, almohadas ---- ALMOHADAS
94049000	100L		mercaderías y productos diversos--- 9404 somieres, art. de cama y similares ( colchones, cubrepiés, edredones, cojines, pifes, almohadas ---EDREDONES
94049000	000F		000F NO FIGURA en el nomenclador mercaderías y productos diversos--- 9404 somieres, art. de cama y similares (colchones, cubrepiés, edredones, cojines, pifes, almohadas)
95051000	000T		000T no fig. en el nomenclador --- Art. para fiestas de Navidad
95051000	100Y		Art. para fiestas de Navidad ----- ÁRBOLES DE NAVIDAD

NCM	SIM	PRODUCTOS CONSIDERADOS	PRODUCTOS EXCLUIDOS
95051000	900R	Art. para fiestas de Navidad --- LOS DEMAS (aquí pueden ir pesabres, angelitos, etc.)	
96011000			MARFIL TRABAJADO
96019000	No se abrió	Hueso, concha de tortuga, cuerno, asta, coral, nácar y materias similares p/tallar, trabajadas y sus manufacturas----LOS DEMAS	
96020090	000T	Manufacturas diversas ---materias vegetales o minerales para tallar, trabajadas y manufacturas de estas materias. Manufac. moldeadas o talladas de cera, parafina, estearina, gomas o resinas, pasta para modelar. Gelatina sin endurecer ----- LAS DEMAS Pueden aparecer aros y pulseras de semillas.000T -mates de calabaza ( tradicionalmente el porongo) 000T - mates de calabaza y cuero .000T - mates de caña tacuara 000T - bombillas de caña tacuara .000T	
96031000			Escobas y escobillas de materias vegetales atadas en haces incluso c/mango
97011000			Pinturas y dibujos hechos totalmente a mano
97019000			Collages y cuadros similares, hechos totalmente a mano
97030000	900D		Objetos de arte o colección y antigüedades ----- 97030000 obras originales de estatuaria o escultura de cualquier materia --- LAS DEMAS
97030000	100K		Obras originales de estatua o escultura, de cualquier materia DE ARTISTAS VIVOS O FALLECIDOS HASTA 50 AÑOS

\* ncomp.: no expresados ni comprendidos en otra parte





## Anexo VII

### Datos útiles Responsables del Sector en la Red de Organismos Nacionales

ORGANISMO Y ÁREA DE TRABAJO	NOMBRE Y APELLIDO	CORREO ELECTRÓNICO	TELÉFONO	DIRECCIÓN
INTI – Cadena de Valor Artesanal	Marcela Melaragno	indart@inti.gov.ar marcelam@inti.gov.ar	011-4724-6200 / 6300 / 6400 int. 6792	
INTA – Turismo Rural, Recursos Culturales y Desarrollo Local	Marina Guastavino	mguastavino@correo.inta.gov.ar	Tel. 011-4339-0568 (directo) / 4339-0600, interno 5139 Fax 011-4339-0553	Chile 460 – 1º piso. Ciudad de Bs. As.
INTA – Turismo Rural, Recursos Culturales y Desarrollo Local	Guillermo Trímboli	gjtrimboli@correo.inta.gov.ar	011-4339-0568 (directo) / 4339-0600, interno 5138 Fax 011-4339-0553	Chile 460 – 1º piso. Ciudad de Bs. As.
INTA – Proyecto Integrado: Innovación en Finanzas y Mercadeo Rural – Diagonal de Finanzas y Mercadeo	Augusto De Haro	adeharo@correo.inta.gov.ar	011-4802-9623	Cerviño 3101 – Ciudad de Bs. As.
Fundación ArgenINTA – Proyectos y Emprendimientos – Diagonal de Finanzas y Mercadeo	Alexis Pourrain	pourrain@correo.inta.gov.ar	011-4802-9623	Cerviño 3101 – Ciudad de Bs. As.
INTA – Fundación ArgenINTA – Proyecto Integrado: Innovación en Finanzas y Mercadeo Rural	Adolfo Losada	alosada@argeninta.org.ar	011-4802-6101/9623. 4803-3668/8751 ext. 156 Fax. 4802-3101 ext. 108	Cerviño 3101 – Ciudad de Bs. As.
INTA – Fundación ArgenINTA	Silvia Mussari	smussari@correo.inta.gov.ar	011-4802-6101	Cerviño 3101 – Ciudad de Bs. As.
Fundación ArgenINTA	Catalina Rosenfeld	Crosenfeld@argeninta.org.ar	011-4802-9623	Cerviño 3101 – Ciudad de Bs. As.
Asociación Mujeres Microempresarias (comercialización – Fair Trade)	María Cristina Minuet	mujeresmicroempresarias@gmail.com info@mujeresmicroempresarias	0111562313066	
MATRA (Mercado Nacional de Artesanías Tradicionales Argentinas), Sec. De Cultura	Pablo Rafael Bonaparte	pbonaparte@cultura.gov.ar matra@cultura.gov.ar	011-1557591893 / oficina 4382-2793	
Casa de la Pcia. de Santa Cruz – Área de Producción	Mirta C. Olmello	produccionsc@yahoo.com.ar	011-4343-3605 / 4342-7756 int. 139	25 de Mayo 279 – 1º piso
Mrio. Desarrollo Social - Programa Mi Pueblo	Gabriela Linares	glinares@desarrollosocial.gov.ar mipueblo@desarrollosocial.gov.ar	011-4343-2111	Moreno 711 – 4º piso Ciudad de Bs. As.

ORGANISMO Y ÁREA DE TRABAJO	NOMBRE Y APELLIDO	CORREO ELECTRÓNICO	TELÉFONO	DIRECCIÓN
Mrio. Desarrollo Social - Programa Mi Pueblo	Isabel Peysse	isabelpeysse@hotmail.com desarrollosocial.gov.ar	ipeysse@ 011-4343-2111 Celular .011-1555958021	
SAGPyA – PRODERNOA (Programa de Desarrollo Rural del Noroeste Argentino)	Mauricio Ferrari	maufer@mecon.gov.ar	011-4103-3665	
INAI	Inés Quilici	iquilici@inai.gov.ar ines_q@ciudad. com.ar	011-4348-8331	San Martín 451 – Entrepiso. Ciudad de Bs. As.
Secretaría de Cultura de la Pcia. de Salta – Dirección Gestión Cultural	Verónica Ardanaz	gestionculturalsalta@yahoo.com.ar	0387-156051503 0387- 421- 6285 int. 123	
Secretaría de Cultura de la Pcia. de Salta – Dirección Gestión Cultural – Cultura Pueblos Originarios y Producción Artesanal	María Cristina Bianchetti	culturapueblosoriginarios@yahoo.com. ar	0387-421-6285 int. 123 0387 – 421-5763	Caseros 460 – 1er.Piso Ciudad de Salta
Ministerio de Desarrollo Social – Secretaría de Políticas Sociales – DINAPROC Proyecto de los Artesanos	Francisco Albarracín	falbarracin@desarrollosocial.gov.ar	011-4867-7149	Misiones 71 – 6º piso Ciudad de Bs. As.
Ministerio de Desarrollo Social – Secretaría de Políticas Sociales – DINAPROC Proyecto de los Artesanos	María José Riera	mriera@desarrollosocial.gov.ar	011-4867-7149 cel.1558829785	Misiones 71 – 6º piso Ciudad de Bs. As.
Dirección de Gestión Turística Del. Bs As. Pcia. Santa Cruz	Eduardo Oscar Rodríguez	erodriguez@epatagonia.gov.ar	011-4325-3098	Suipacha 1120 - Ciudad de Bs. As.
Consejo Federal de Inversiones – Area Fider	Eduardo Luis Barrón	ebarron@cfired.org.ar http://artesaniasantinas1.blogspot. com/	011-4317-0700 int. 469	San Martín 871 Ciudad de Bs. As.

\* ncomp.: no expresados ni comprendidos en otra parte

(1) Registradas en oportunidades comerciales de la Fundación EXPORT.AR

(2) En envíos de exportadores

## Mercados Artesanales

### **Mercado Nacional de Artesanías Tradicionales Argentinas (MATRA)**

Dirección: Alsina 1169  
Localidad: 1088 Ciudad Autónoma de Buenos Aires  
Teléfono / Fax: (011) 4382.2793  
Mail: matra@cultura.gov.ar

### **Mercado Artesanal Bonaerense**

Dirección: Calle 7, 534 entre 42 y 43  
Localidad: 1900 La Plata  
Provincia: Buenos Aires  
Teléfono / Fax: (0221) 4212445  
Mails: dir\_folklore@ic.gba.gov.ar  
dfolklore@yahoo.com.ar  
mercadoartesanalbonaerense@yahoo.com.ar

### **Mercado de Artesanías de Catamarca**

Dirección: Av. Virgen de Valle 945  
Localidad: 4700 San Fernando del Valle de Catamarca  
Provincia: Catamarca  
**Teléfono:** (03833) 437598  
Mail: artesanias@catamarca.gov.ar

### **Fábrica de Alfombras - Catamarca**

Dirección: Av. Virgen de Valle 945  
Localidad: 4700 San Fernando del Valle de Catamarca  
Provincia: Catamarca  
**Teléfono:** (03833) 437410

### **Museo de Artesanías Tradicionales y Folclóricas-Corrientes**

Dirección: Fray José de la Quintana 905  
Localidad: 3400 Corrientes  
Provincia: Corrientes  
**Teléfono:** (03783) 422786  
Mails: sc-museoartesaniasctes@hotmail.com  
sc\_museos@gigared.com

### **Centro Artesanal y Cultural Leopoldo Marechal-Chaco**

Dirección: Pellegrini 272  
Localidad: 3500 Resistencia  
Provincia: Chaco  
Teléfono / Fax: (03722) 422649 / 423954  
Mails: ccleopoldomarechal@yahoo.com.ar  
fundacionchacoartesanial@yahoo.com.ar

### **Mercado y Museo Provincial de Artesanías de Entre Ríos**

Dirección: Av. Urquiza 1239  
Localidad: 3100 Paraná  
Provincia: Entre Ríos  
Teléfono: (0343) 4208891  
Mail: museoymercadodeartesanias@gmail.com

### **Casa de la Artesanía del Instituto de Comunidades Indígenas-Formosa**

Dirección: San Martín 802  
Localidad: 3600 Formosa  
Provincia: Formosa  
Teléfono: (03717) 424010

### **Mercado Artesanal de la Dirección Provincial de Turismo-La Pampa**

Dirección: Av. San Martín esq. Av. Luro  
Localidad: 6300 Santa Rosa  
Provincia: La Pampa  
Teléfono: (02954) 430168  
Mail: martesanal@lapampa.gov.ar

### **Mercado Artesanal de La Rioja**

Dirección: Pelagio B. Luna 790 esq. Catamarca  
Localidad: 5300 La Rioja  
Provincia: La Rioja  
Teléfono: (0822) 428500

### **Mercado Artesanal Mendocino**

Dirección: San Martín 1133  
Localidad: 3500 Mendoza  
Provincia: Mendoza  
Teléfono: (0261) 4204239 / 4204230  
Mail: mercado-artesanial@mendoza.gov.ar

### **Mercado de Artesanías de Misiones**

Dirección: Sarmiento 319  
Localidad: 3300 Posadas  
Provincia: Misiones  
Teléfono: (03752) 425427 / 447375  
Mail: culturamisiones@yahoo.com.ar

### **Mercado Tres Fronteras-Misiones**

Dirección: Av. Tres Fronteras y Costanera  
Localidad: 3370 Puerto Iguazú  
Provincia: Misiones  
Teléfono: (03757) 423287

### **Artesanías Neuquinas S. P.**

Dirección: Roca 155  
Localidad: 8300 Neuquén  
Provincia: Neuquén  
Teléfono: (0299) 4423806  
Mail: [artesanos@artneu.sspn.sid.ar](mailto:artesanos@artneu.sspn.sid.ar)

### **Mercado Artesanal Provincial-Río Negro**

Dirección: Buenos Aires 99  
Localidad: 8500 Viedma  
Provincia: Río Negro  
Teléfono: (02920) 428171  
Mail: [mercadoartesanal@familia.rionegro.gov.ar](mailto:mercadoartesanal@familia.rionegro.gov.ar)

### **Mercado Artesanal de Salta**

Dirección: San Martín 2555  
Localidad: 4400 Salta  
Provincia: Salta  
Teléfono: (0387) 4342808

### **Herencia Viva-Salta**

Dirección: Caseros 460  
Localidad: 4400 Salta  
Provincia: Salta  
Teléfonos: (0387) 4315884 / 4316042  
Mail: [herenciavivaartesanias@yahoo.com.ar](mailto:herenciavivaartesanias@yahoo.com.ar)

### **Mercado Artesanal Tradicional de San Juan**

Dirección: San Luis y Av. España  
Complejo Eva Duarte de Perón  
Localidad: 5400 San Juan  
Provincia: San Juan  
Teléfono: (0264) 4218530

### **Mercado de Artesanías Puntana-San Luis**

Fundación para la Preservación de las Artesanías Tradicionales Sanluiseñas  
Dirección: Av. Illía y Junín  
Localidad: 5700 San Luis  
Provincia: San Luis  
Teléfono: (02652) 431167  
Mail: [funartsl@hotmail.com](mailto:funartsl@hotmail.com)

### **Programa de Recuperación y Estímulo del Patrimonio Artesanal Provincial-Santa Cruz PREPAP**

Dirección: José Ingenieros 60  
Complejo Cultural Santa Cruz  
Localidad: 9400 Río Gallegos  
Provincia: Santa Cruz  
Teléfono: (02966) 426427 / 424384  
Mail: [prepap\\_2004@hotmail.com](mailto:prepap_2004@hotmail.com)

### **Museo Folklórico y Mercado Artesanal de Tucumán**

Dirección: Av. 24 de Septiembre 565  
Localidad: 4000 San Miguel de Tucumán  
Provincia: Tucumán  
Teléfono: (02322) 428155

## **Direcciones útiles**

### **ENDEAVOR**

[www.endeavor.org.ar](http://www.endeavor.org.ar) (emprendedores)

### **Mi propio negocio**

[www.myownbussines.org/espanol](http://www.myownbussines.org/espanol)

### **FOMICRO - Fondo para Microemprendimientos**

[www.bna.com.ar/institucional/fomicro2.asp](http://www.bna.com.ar/institucional/fomicro2.asp)

### **Latino Emprendedores**

[www.latinoemprendedores.com.ar](http://www.latinoemprendedores.com.ar)

### **Portal Emprendedor**

[www.portalentrepreneur.com](http://www.portalentrepreneur.com)

### **Aranceles Europeos**

[www.taric.com/www.exporthelp.cec.eu.ent](http://www.taric.com/www.exporthelp.cec.eu.ent)

### **Ferias Brasil**

[www.braziltradenet.gov.br/www.ubrafe.com.br](http://www.braziltradenet.gov.br/www.ubrafe.com.br)

### **JETRO - Comercio de Japón con Argentina, Uruguay y Paraguay**

[www.jetro.go.jp/argentina](http://www.jetro.go.jp/argentina)

### **Para ofrecer productos**

[www.formarse.com.ar](http://www.formarse.com.ar) / [www.etradecenter.com](http://www.etradecenter.com)

**Desarrollo de Jóvenes Empresarios por la Organización de Estados Americanos**  
[www.ybiz.net](http://www.ybiz.net)

**Secretaría PYME de la Nación**  
[www.sepyme.gov.ar](http://www.sepyme.gov.ar)

**Consejo Federal de Inversiones**  
[www.cfired.org.ar](http://www.cfired.org.ar)

**Portal para las Pymes Exportadoras**  
[www.proargentina.gov.ar](http://www.proargentina.gov.ar)

**Fundación Export.Ar**  
[www.export-ar.org.ar](http://www.export-ar.org.ar)

**Cancillería Argentina - Portal de Negocios**  
[www.argentinatradenet.gov.ar](http://www.argentinatradenet.gov.ar)

**Portal del Exportador Argentino**  
[www.argentinaexporta.com](http://www.argentinaexporta.com)

**Observatorio Pyme**  
[www.observatoriopyme.org.ar](http://www.observatoriopyme.org.ar)

**Exporta Pymes**  
[www.exportapymes.com](http://www.exportapymes.com)

**Directorio de Impo y Expo**  
[www.contactar.com.ar](http://www.contactar.com.ar)

**Portal Industrial**  
[www.portal-industrial.com.ar](http://www.portal-industrial.com.ar)

**Portal de la Industria**  
[www.portaldelaindustria.com](http://www.portaldelaindustria.com)

## Información Estadística

[www.turismo.gov.ar/estadistica](http://www.turismo.gov.ar/estadistica)  
[www.nosis.com.ar](http://www.nosis.com.ar)  
[www.database.jadb.org/intalweb/scripts/intal.exe](http://www.database.jadb.org/intalweb/scripts/intal.exe)  
USA: [www.dataweb.usitc.gov/scripts/tariff2004.asp](http://www.dataweb.usitc.gov/scripts/tariff2004.asp)  
Brasil: [www.aliceweb.desenvolvimiento.gov.br](http://www.aliceweb.desenvolvimiento.gov.br)

## Nichos de Mercado en el Mundo para el Sector Artesanías

Países que han solicitado artesanías a través de los consulados

**Consulado de la Embajada Argentina en Japón**  
Email: [secom@va.rosenet.ne.jp](mailto:secom@va.rosenet.ne.jp)

**Consulado de la Embajada Argentina en USA**  
Email: [cnyor@mrecic.gov.ar](mailto:cnyor@mrecic.gov.ar)

**Consulado de la Embajada Argentina en Bélgica**  
Email: [info@embargentina.be](mailto:info@embargentina.be)

## Contactos para el Comercio Justo

**Comercio Justo.com**  
Tienda virtual solidaria de SETEM, ONG de solidaridad internacional fundada en 1968, y formada hoy por 8 organizaciones autonómicas: Andalucía, Aragón, Catalunya, Comunidad Valenciana, Euskadi, Madrid, Navarra y Rioja.

**e-comerciojusto.org**  
Coordinadora Estatal de Comercio Justo. Nace en 1996 con la finalidad de potenciar el Comercio Justo en España. En ella están integradas las organizaciones que importan los productos y las tiendas que los venden.

**lfat.org**  
International Federation for Alternative Trade. Federación Internacional para el comercio alternativo. (en Inglés).

**Alternativa3.org**  
Organización de Comercio Justo y Solidario que desde 1992 se dedica a la importación, distribución y comercialización de productos textiles, de alimentación y artesanías que provienen de grupos de artesanos y productores de los países del Sur.

**Teletienda de la Solidaridad SODEPAZ/SODEPAU SODEPAZ**  
Se trata de una organización laica e independiente, fundada en 1987, que pretende ser un punto de apoyo solidario para la emancipación de los pueblos del Sur y dinamizar en nuestro entorno una conciencia crítica al modelo de desarrollo/subdesarrollo vigente.

### **Tienda virtual de Comercio Justo en Chile.**

Tienda de la Plataforma Komyuniti, agrupación de ONG's Chilenas que reciben el apoyo financiero de la organización Belga, Broederlijk Delen, con una gran diversidad de áreas de acción geográfica y temática.

### **Comercio Justo México, A.C.**

Fundado en 1998, nace de la apremiante necesidad de vincular y unir los múltiples esfuerzos aislados de grupos de pequeños productores y organismos civiles mexicanos para la construcción colectiva de relaciones y sistemas comerciales y económicos más justos y equitativos, tanto en el interior de México como en el extranjero.

### **Alianza Chilena por un Comercio Justo y Responsable (ACJR)**

Sus objetivos se basan en la construcción de una relación e intercambio económico, basada en la reciprocidad, la sustentabilidad y la integración real de los pueblos, estableciendo lazos entre organizaciones del norte y del sur.

### **Alianza por un mundo responsable, plural y solidario**

Se ha dado como objetivo desde su creación en 1994 realizar en el cambio de siglo Asambleas de ciudadanos de la Tierra para marcar una etapa y aportar propuestas para nuestra sociedad en este nuevo siglo.

### **Comercio con Justicia**

Depende de Intermón Oxfam, organización internacional que trabaja junto con las personas de los países más pobres para que consigan su derecho a una vida digna. Bajo el lema "Cambiar las Reglas", esta organización desarrolla una importantísima labor de concienciación y de acción internacional alrededor del comercio justo.

## **Solidaridad internacional**

Proyectos de desarrollo en los países del Sur. Comercio justo. Su meta principal es contribuir a un cambio social a largo plazo.

### **Frente solidario**

Asociación Latinoamericana de Pequeños Caficultores, constituido en 1991, en Costa Rica. Tiene como misión mejorar las condiciones de los pequeños productores que lo conforman.

### **Grupo Diáspora**

Corporación sin ánimo de lucro, de profesionales en agro-alimentos, ubicado en Ottawa (Canadá), que tienen un deseo común por la sostenibilidad del sistema alimentario y el buen desarrollo de pequeñas agro-industrias en países en vías de desarrollo.

### **Efta (The European Fair Trade Association)**

Red de 11 organizaciones de Comercio Justo de 9 países europeos que importan productos comerciales de productores económicamente perjudicados de África, Asia y América latina. (Inglés)

### **Flo (Fairtrade Labelling Organizations International)**

La razón de ser de FLO reside en mejorar la posición de los productores desfavorecidos en los países en vía de desarrollo estableciendo estándares Fairtrade y creando un marco que permita un comercio con condiciones favorables para ellos.

### **Xarxa de consum Solidari**

Red de organizaciones y puntos de venta de comercio justo que apuesta desde 1996 por una cultura de consumo responsable que respete al planeta y a sus habitantes. (En catalán)

### **Consume lo justo**

Tienda de productos de comercio justo de Solidaridad Internacional (SI). Esta ONG facilita que personas del Tercer Mundo puedan vivir de sus propios recursos y capacidades gracias a este sector.

### **Espanica - el comercio justo**

Información sobre los orígenes y evolución del Comercio justo.

vinculando.org Desde México. Facilitan la relación entre organizaciones de campesinos, la empresa privada y el consumidor, y ofrecen información sobre consumo responsable, comercio justo y organizaciones de pequeños productores.

### **ethicaltrade.org**

Alianza de empresas, ONGs. y sindicatos comprometidos a promover buenas prácticas en la ejecución de los códigos de conducta laborales. (Inglés)

### **globalexchange.org**

Tienda on line Fair Trade de comercio justo, información sobre los productores y directorio internacional de recursos. (Inglés)

### **Alternative Consumer Association (AKB)**

Guía para el consumo y la producción sostenible social y ecológicamente. Sitio holandés. (Inglés).

### **Ideas**

Tiendas de la solidaridad Comercialización, a través de la red de las tiendas de la Solidaridad, de productos que cumplen los criterios del comercio justo.

### **Ethical Consumer**

Organización alternativa del consumidor del Reino Unido que mira los expedientes sociales y ambientales de las compañías. (Inglés)

### **NEWS !**

Red Europea de Tiendas de Comercio Justo. (Inglés)

### **Campanya bon café**

Campaña buen café Campaña impulsada por para que los cafés producidos bajo criterios de comercio justo estén presentes en nuestros comercios y oficinas. Más del 50% de los países del Sur dependen en mayor o menor medida de las exportaciones de café.

### **Campaña Ropa Limpia**

A partir del examen del sector textil mundial, campaña que quiere poner de relieve los perjuicios del actual orden económico internacional sobre los países y poblaciones más desfavorecidas del Sur y del Norte. Sensibilización y promoción del comercio justo. Coordinada por SETEM y con la participación de 60 organizaciones.

## **Otros organismos internacionales**

### **ARTEXCO R.L , Guatemala**

**Objetivo:** Asociación para la Comercialización de Productos Artesanales

**Dirección:** 7ma. Av. 15-97 zona 5, Las Rosas, Quetzaltenango

**Teléfono:** 761-8075

**Mail:** inf@artexco.com

### **Asociación Cubana de Artesanos Artistas, Cuba**

**Objetivo:** Esta Asociación agrupa a destacados creadores que con su obra luchan por preservar la artesanía como primera expresión artística y de identidad de los pueblos.

**Dirección:** Obispo N° 411, Habana Vieja, Ciudad de La Habana, Cuba

**Contraparte:** Ernesto Rego

**Teléfono:** (537) 8666345

**Mail:** cnartp@cubarte.cult.cu

### **Asociación de Artesanos Aj Quen , Guatemala**

**Objetivo:** Agrupa a artesanos que trabajan textiles y cerámica.

**Dirección:** Km. 56 Car. Panamericana - Chimaltenango

**Teléfono:** 839-1725

**Fax:** 839-1726

**Mail:** ajquem@intelnet.net.gt

### **Asociación del Rescate a la Artesanía Guatemalteca, Guatemala**

**Objetivo:** Asociación para el rescate y desarrollo de las artesanías.

**Dirección:** 9ª. Avenida 4-50 zona 19. Colonia La Florida Ciudad Guatemala, Guatemala

**Contraparte:** Miguel Perechuj

**Teléfono:** 434-2468, 433-0591

### **Asociación Nacional de Artesanos, Guatemala**

**Objetivo:** Asociación que agrupa a los artesanos de Guatemala, que con su obra luchan por preservar la artesanía y su identidad.

**Dirección:** Calle 10-14 zona 1. Dirección General de Culturas y Artes Ciudad Guatemala, Guatemala

**Contraparte:** Mateo Ixcot

**Teléfonos:** 238-0125 / 232-5667, / 232-1107

### **Asociación Nacional de Artesanos de Honduras (ANAH), Honduras**

**Objetivo:** La ANAH, institución autónoma creada en 1980, funciona con 900 miembros activos, que están distribuidos en Valle de Ángeles y otras ciudades de Honduras. Su fundación está inspirada en ayudar a los artesanos a comercializar sus productos.

**Dirección:** Contiguo al Estado Mayor, Centro Artesanal El Triangulo, Paseo El Obelisco, Comayaguela, D.C.

**Teléfonos:** (504) 238-4651

**Fax:** (504) 238-4651

**Mail:** anah@hondudata.com

**Barbados Craft Council (Consejo de la Artesanía de Barbados) , Barbados**

**Dirección:** 12 Pelican Craft Centre, Harbour Road, St. Michael

**Teléfonos:** (1-246) 426-5213

**Centro Cultural Antiguos Almacenes de Depósito San José , Cuba**

**Objetivo:** El Centro es un sitio para los paseos familiares, un espacio para dialogar y disfrutar de exposiciones y ventas de artesanías cubanas. Gradualmente incorporará a sus espacios otras actividades como: exposiciones de artes visuales, representaciones de las artes escénicas y otras acciones recreativas

**Dirección:** Avenida del Puerto, en la nave San José frente a la Iglesia de Paula, La Habana Vieja.

**Centro Indigenista de Capacitación Artesanal Intibucano (CICAI), Honduras**

**Objetivo:** Capacitar a los jóvenes de las comunidades lenças en la producción artesanal.

**Dirección:** La Esperanza, Intibucá

**Contacto:** Tomás Pineda

**Teléfono:** (504) 783-0560

**Fax:** (504) 783-0560

**Centro Nacional de Artesanía (CENEDARTE), República Dominicana**

**Objetivo:** Su creación tiene lugar mediante Ley No.94 de fecha 27 de diciembre de 1965 con las funciones de despertar vocaciones, orientarlas, metodizarlas y obtener que tanto el artesano autodidacta como su obra artesanal mejore en sus aspectos técnicos y artísticos. Además, debe lograr que la artesanía adquiera un carácter oficial peculiar autóctono, logrando a su vez un distintivo inconfundible del país.

**Dirección:** Calle Héctor Homero Hernández N° 49, Antigua San Cristóbal, Ensanche La Fe, Santo Domingo.

**Contacto:** Teóduo Antonio Mercedes

**Teléfonos:** (809) 565-2952 / 565-1120

**Fax:** (809) 566-3255

**Sitio web:** www.cultura.gob.do

**Comisión Nacional de Artesanía de Costa Rica (CONART) , Costa Rica**

**Objetivo:** La CONART tiene como objetivo principal fomentar y preservar la actividad artesanal, con medidas que permitan estimular la creatividad, mejorar la calidad de la producción y elevar el nivel de vida de los artesanos.

**Dirección:** Ministerio de Economía, Industria y Comercio - Calle San José N° 2010

**Teléfonos:** 2236-4925 / 10216-1000

**Mail:** siec@meic.go.cr

**Sitio web:** www.siec.go.cr/servicios

**Fondo Cubano de Bienes Culturales, Cuba**

**Objetivo:** A través de su red nacional de tiendas y galerías especializadas usted podrá encontrar desde la obra de los maestros de la plástica cubana hasta las creaciones de los más jóvenes talentos. Promueve y comercializa lo más auténtico de la creación plástica y artesanal del país, así como piezas de antigüedades, pinturas, esculturas, grabados, estuches de sellos, artesanías y vitolas de tabaco. A través de su Centro de Diseño Ambiental (CEDA) crea sugerentes ambientes que conjugan arte, arquitectura, y paisaje conforme a las más actuales líneas del diseño convirtiendo estos espacios en reveladores de lo más genuino de la cultura cubana.

**Dirección:** Av. 47 No. 4702 esq. a 36, Reparto Kohly. Playa. Ciudad de La Habana – Cuba

**Teléfonos:** (53 7) 204-8005 · 203-6523

**Mail:** fcbsab@fcbc.cult.cu

**Sitio web:** www.min.cult.cu

**Fondo Nacional para el Fomento de Artesanías (Fonart) , Estados Unidos Mexicanos**

**Objetivo:** El Fondo Nacional para el Fomento de las Artesanías (Fonart) es un fideicomiso público del Gobierno Federal sectorizado en la Secretaría de Desarrollo Social que surge como una respuesta a la necesidad de promover la actividad artesanal del país y contribuir así a la generación de un mayor ingreso familiar de los artesanos; mediante su desarrollo humano, social y económico.

**Dirección:** Av. Paseo de la reforma N°. 333 1er Piso , Col Cuauhtémoc, 06500 México D.F. - México

**Contacto:** Jessica Soriano Ronderos

**Teléfono:** (55) 5093-6000

**Fax:** (55) 5093-6000 Ext. 67506

**Mail:** jsoriano@fonart.gob.mx

**Sitio web:** www.fonart.gob.mx

### **Fundación Cultural Española para el Fomento de la Artesanía, España**

**Objetivo:** El objetivo de la Fundación es participar de un modo decisivo en que la Industria Artesana, tanto en España, Europa como Iberoamérica, llegue a ser, en la primera década del siglo XXI, un sector de relevancia económica, social, cultural y patrimonial.

**Dirección:** Calle Mayor 4, Madrid, Madrid 28013 - España

**Teléfono:** 34 915325103

**Mail:** fundesarte@fundesarte.org

### **Fundación Española para la Innovación de la Artesanía, España**

**Objetivo:** Trabajar junto con las administraciones y los artesanos a favor de la promoción, la profesionalización y el éxito de la microempresa artesana, en el marco de las políticas públicas de fomento de la competitividad. Sus programas están orientados hacia la INNOVACIÓN, para adaptar este sector a las nuevas situaciones que el mercado exige.

**Dirección:** Calle Lagasca N° 134, 1ro. Dcha., 28006 Madrid - España

**Teléfono:** (+34) 91 561 0262

**Fax:** (+34) 91 563 3788

**Mail:** fundesarte@fundesarte.org

**Sitio web:** www.fundesarte.org

### **Galería Nacional de Arte Popular, Venezuela**

**Objetivo:** Su propósito es reivindicar el arte autodidacta y el arte ingenuo, a favor de la validez, la dignificación y el reconocimiento de las artes populares nacionales; así como proyectar a todos aquellos creadores con evidentes niveles de calidad que, de espaldas a las modas artísticas, a los caprichos del gran mercado y a ciertos circuitos de promoción y difusión artística, siguen creando y recreando un país. Su finalidad es acoger las expresiones plásticas que conforman el imaginario colectivo del pueblo venezolano ubicando el concepto de Arte Popular en un espacio mucho más amplio al abarcar desde su producción tradicional, las realizaciones consideradas arte marginal y otras variadas expresiones estéticas individuales y colectivas presentes en la sociedad y la cultura venezolana como parte esencial de su totalidad cultural, como reservorios de tradiciones, historias, valores, costumbres, creencias, cotidianidad, pensamiento, anhelos y aspiraciones del pueblo.

**Dirección:** Sede Museo de Arte Contemporáneo, Parque Central, Sótano 2, Caracas - Venezuela

**Teléfonos:** (58 212) 576.1745 / 576.89.53

### **Museo del Vidrio (MUVI), Estados Unidos Mexicanos**

**Objetivo:** El museo tiene la misión de rescatar, preservar y difundir la historia del vidrio en México, así como promover una cultura de aprecio al vidrio e incentivar la producción artística con este material.

**Dirección:** Magallanes No. 517 esquina con Zaragoza y Treviño, Monterrey, N.L. México

**Teléfonos:** +52 (81) 8863-1052 / 8863-1070

**Mails:** museov@vitro.com; smaderog@vitro.com; cgonzalez@vitro.com

**Sitio web:** www.museodelvidrio.com

### **Museo Iberoamericano de Artesanía, Argentina**

**Objetivo:** La municipalidad de Córdoba, Argentina, y la Fundación para el Desarrollo de las Artes (FUNDART), acordaron la apertura de este espacio de preservación del Patrimonio artesanal iberoamericano.

**Dirección:** Casilla de Correo N° 348, C.P. 5000 Córdoba - Argentina

**Teléfono:** +54 (351) 589 4455

**Mail:** info@fundart.org.ar

**Sitio web:** www.fundart.org.ar/museo.asp

### **Museo Nacional de la Cerámica , Estados Unidos Mexicanos**

**Objetivos:** Museo que abrió sus puertas con un concepto museográfico de la maestra Gladys Abascal, con el apoyo del Instituto Nacional Indigenista (INI) y del Museo Regional de Guadalajara. En sus seis salas permanente se exhiben alrededor de 1300 piezas de cerámica artesanal tanto de la región como del resto del país.

**Dirección:** Constitución 104, Centro, CP 45400 Tonalá, Jalisco - México

**Teléfono:** (33) 3284 3070

**Fax:** (33) 3282 3071

### **Organización Negra Guatemalteca , Guatemala**

**Objetivo:** Entidad que agrupa a artesanos

**Dirección:** Barrio San José, Livingston, Izabal Guatemala

**Contacto:** Gerardo Ellington

**Teléfono:** 947-0405



## Bibliografía

**CFI.** Manual sobre Artesanías Regionales Argentinas – Oro Nelly Bendahan, María de los Ángeles Carlucci, Ricardo Doro, Lidia Sarmenti, Armando Vanín, José Bajlec. Informe Final, 1977

**CFI.** La artesanía, una industria simbólica – Carlos Mordo. Capacitación en gestión artesanal / Jornadas sobre comercialización e imagen- Ciudad de Buenos Aires - 27 y 28 de abril de 2003

**CFI.** Informe Sectorial y Estrategias para el Desarrollo. Cristina Gruñeiro y Eduardo Barrón, 2003 al 2010

**CFI.** Guía Exportar para Micro PyMEs - Informe Final. Eduardo Barrón. 2002

**CFI.** Una Guía para Exportar Artesanías - Informe Final. Eduardo Barrón. 2004

**CFI.** Guía Exportar para Emprendedores - Celman Ana Luz, Arrúa Omar, Peirano Sandra, Rodríguez Patricia y Williams Alicia. 2009

**MATRA.** Artesanías - fortalezas y debilidades. Héctor V. Lombera Cuadrado

**Carlos Mordo.** Artesanía y Consumo. Estudios de opinión sobre el mercado de la producción artesanal. Secretaría de Desarrollo Social, Fondo Mixto de Cooperación Hispano-Argentino. 2009

**UNESCO. Revista C&D.** La crisis global y el sector artesano. Héctor V. Lombera. 2010

**Marcela Gabioud.** Comercio Internacional de las artesanías aborígenes de la Pcia. del Chaco. Tesis Escuela de Posgrado / Maestría en Relaciones Económicas Internacionales. U.N.Matanza. 2009

**Centro de Comercio Internacional UNCTAD/OMC(CCI).** Medios Jurídicos y Extra Jurídicos para la Protección de la Artesanía. Martha Parra Friedill y Juan David Castro.

**Centro de Comercio Internacional UNCTAD/OMC (CCI) y la UNESCO.** Simposio Internacional sobre “La artesanía y el mercado internacional: comercio y codificación aduanera”- Ciudad de Manila, Filipinas. 1997

**FIDA-PRODERNEA – PRODERNOA-FLACSO.** Comercio Exterior de Artesanías. Luis Alberto Quevedo, Silvia Cardarelli, Marcela Jáuregui, Estefanía Chmielewski, Omar Esquivel , Alejandra Porcel, María Ulivarri. 2005

**FIDA-PRODERNEA – PRODERNOA-FLACSO.** El Sector Artesanías en las Provincias del Noreste Argentino. Luis Alberto Quevedo, Silvia Cardarelli, Marcela Jáuregui, Estefanía Chmielewski, Omar Esquivel, Alejandra Porcel María Ulivarri. 2006

**FIDA-PRODERNEA – PRODERNOA-FLACSO.** El Sector Artesanías en las Provincias del Noroeste Argentino. Luis Alberto Quevedo, Silvia Cardarelli, Marcela Jáuregui, Estefanía Chmielewski, Omar Esquivel, Alejandra Porcel María Ulivarri. 2005

