



Ficha

PRODUCTO-DESTINO

Piedras preciosas

Junio 2019



ARGENTINA

Aspectos Generales

Nombre Oficial	República Argentina
Presidente	Mauricio Macri
Domicilio de gobierno	Buenos Aires (capital)
Ubicación geográfica	América del Sur
División administrativa	24 estados
Idioma oficial	Español
Clima	Templado, tropical, subpolar y polar



Población

	2017
Población (2018)	44 millones de habitantes
Distribución de la Población	Urbana: 91.7 % Rural: 8.3 %
Población por Género	Hombre: 49 % Mujer: 51 %
Esperanza de vida	76.7 años
Índice de Desigualdad de Género	0.707
IDH	0.825

Economía

	2017
Moneda	Peso argentino
Tasa de crecimiento (% anual)	2,85
PIB (Mil millones US\$)	637
PIB per cápita (US\$)	14.398
IED neta entrante (US\$ mil millones)	11.516
IED entrante (% PIB)	1.8
Posición Ranking Doing Business 2019	Puesto 119

Fuente: Elaborado por Uruguay XXI en base Banco Mundial y Naciones Unidas.

Economía de Argentina¹

Con un **Producto Interno Bruto (PIB) de más de US\$500 billones, Argentina es una de las economías más grandes de América Latina.** En efecto, se posiciona en el tercer lugar en el ranking de PBI de América Latina, detrás de Brasil y México.

Sin embargo, **la volatilidad histórica del crecimiento económico y la acumulación de obstáculos institucionales han impedido el desarrollo del país.** Las turbulencias financieras del 2018, impactaron en una depreciación del 50,6% del peso argentino y en un acuerdo con el Fondo Monetario Internacional (FMI), por unos US\$57.000 millones hasta 2021, incluyendo una fuerte reducción del gasto, bajas en la inversión pública y subsidios económicos (de 0,7% del PIB y 0,5% del PIB respectivamente).

En este sentido, **Argentina ha estado trabajando en un ambicioso programa de reformas estructurales con el objetivo de corregir sus desequilibrios macroeconómicos:** un ajuste monetario mayor para atraer a nuevos inversionistas, la supresión de diferentes barreras a la inversión extranjera y la implementación de exenciones de impuesto para industrias de exportación claves (sobre todo de agricultura), medidas para reforzar el nexo con EEUU y la UE.

En 2018, el Gobierno cumplió sus objetivos fiscales, y apunta lograr el equilibrio fiscal primario en 2019 y un superávit fiscal primario de un 1% en 2020. En lo que va del 2019, la recuperación de la actividad agrícola y un entorno macroeconómico más estabilizado, ha marcado mejoras de la inflación.

A nivel internacional, el país ha ido recuperando protagonismo hospedando la Cumbre OMC en 2017 y presidiendo el G20 en 2018, que busca consolidar acuerdos e integración económica². A nivel del MERCOSUR, continúan en curso cinco negociaciones con: UE, EFTA, República de Corea, Canadá y Singapur.

A pesar de sus recientes problemas económicos, Argentina sigue jugando un papel importante en la economía global, con un mercado de más de 40 millones de habitantes. Según las estimaciones del INDEC para 2018, los principales centros poblacionales son:

- El **Área de Gran Buenos Aires** cuenta con 11.019.708 habitantes (24,77% del país). Desarrolla diversas actividades productivas, muy ligadas al desarrollo de la capital, y su economía está liderada por el sector servicios, con una importante industria manufacturera.
- **Ciudad de Buenos Aires (capital federal)** con 3.068.043 habitantes (6,90% del país) y tiene una economía principalmente orientada a los servicios.
- **Ciudad de Córdoba** con 1.438.492 habitantes (3,23% del país). Su economía destaca principalmente por su fuerte polo industrial.

¹ <http://www.bancomundial.org/es/country/argentina/overview>

² ICEX Ficha Argentina 2018.

- **Ciudad de Rosario** con 1.277.164 habitantes (2,87% nacional). Es referente por su próspero puerto fluvial, junto con las actividades productivas relacionadas.
- **Zona de Gran Mendoza** (ciudad y localidades aledañas) con 1.214.327 habitantes (2,73% del país). Aquí sobresale la producción de su reconocida industria vitivinícola.

Tendencias del consumidor³

Dada la gran extensión geográfica y su amplia población, el país cuenta con diferentes tipos de consumidores, dependiendo de la ciudad y de otros factores. La denominada clase “media” abarca un 45% de la población, el segmento más numeroso es la clase “baja superior”, mientras el 25,7% de la población se encuentra bajo la “línea de la pobreza”.

La parte pudiente de la sociedad ha aceptado los precios elevados de las marcas prestigiosas debido a que proporcionan más seguridad y calidad. Las preferencias de estos consumidores se asemejan más a los estándares europeos que a los latinoamericanos. Los consumidores jóvenes tienen más conocimiento de las marcas que los de mayor edad. Se tiene muy en cuenta el servicio postventa y el envío. Hay consenso en identificar que el consumidor argentino tiene preferencia por bienes diferenciados y que sus demandas tienden a ser sofisticadas.

Según indica un informe sobre “el nuevo consumidor argentino”, elaborado recientemente por una consultora especializada (BACanal, 2017), la tendencia que prevalece es la de un perfil de consumidor que prioriza el consumo racional, que compara, analiza y opta por las alternativas que le permitirán conservar su dinero y que “visita 5 o 6 lugares en promedio en busca del precio más conveniente”. Hace cuentas sobre lo gastado, lleva registros minuciosos y conversos con otros sobre sus preferencias de consumo, con el fin de buscar opiniones y recomendaciones.

Existe un bajo uso de tarjetas de crédito y se les reserva más bien para situaciones de emergencia. A diferencia de años anteriores, en la actualidad los consumidores prefieren “negocios de cercanía” como supermercados pequeños, almacenes y autoservicios, antes que acudir a grandes hipermercados. En cuanto a la tipología de los consumidores, el informe concluye que el 52% son “racionales”, el 29% son “marquistas” y el 19% “economicistas”.

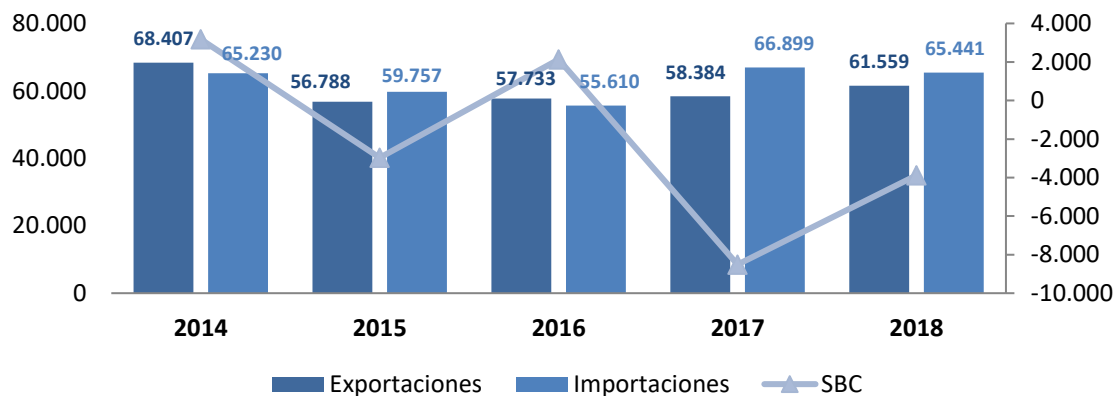
El análisis conjunto de distintos especialistas derivó en caracterizar al perfil del consumidor argentino como: “Austero” (racional en el gasto), “Atento” (analítico en su consumo y espera condiciones de mayor certidumbre económica para realizar ciertos gastos), “Administrador” (contabiliza y prioriza los gastos) y “Ahorrador” (en general, pero especialmente en aspectos como entretenimiento, bienes durables y gastos fijos). Buena parte de los empresarios argentinos basa su estrategia comercial en la competencia en base a precios.

³ Fuente: ProChile-como hacer negocios con Argentina

Comercio Exterior

El intercambio comercial de Argentina con el resto del mundo no muestra una tendencia clara, sino que por el contrario el saldo comercial fue superavitario en 2014 y 2016, mientras que deficitario en 2015, 2017 y 2018. Durante el período analizado las importaciones argentinas aumentaron en una tasa interanual de 0.1%, mientras que las exportaciones cayeron en un 2,6%.

**Gráfica 1 – Intercambio comercial Argentina-Resto del mundo
Años 2014-2018 (Millones US\$)**

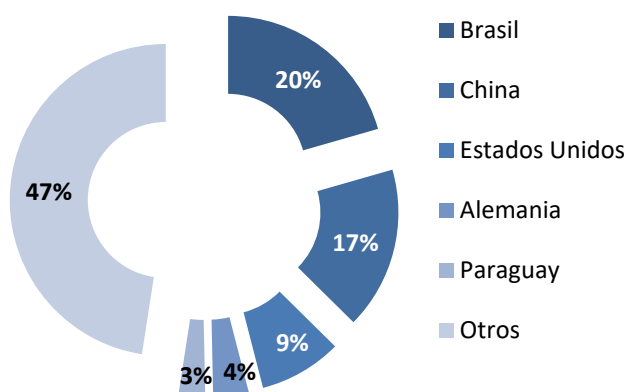


Fuente: Elaborado por Uruguay XXI en base a datos de Trade Map.

Brasil y China son los principales destinos de las exportaciones argentinas (con una participación del 12% y 5% respectivamente), siendo los principales productos exportados productos alimenticios (Residuos de la extracción del aceite de soja, Maíz, Aceite de soja, Trigo etc) y vehículos.

Por otra parte, China, Brasil y Estados Unidos son quienes lideran el ranking de los orígenes de sus compras, representan el 46% del total importado por Argentina en 2018.

Gráfica 2 – Principales mercados de Origen



Fuente: Elaborado por URUGUAY XXI en base a Trade Map

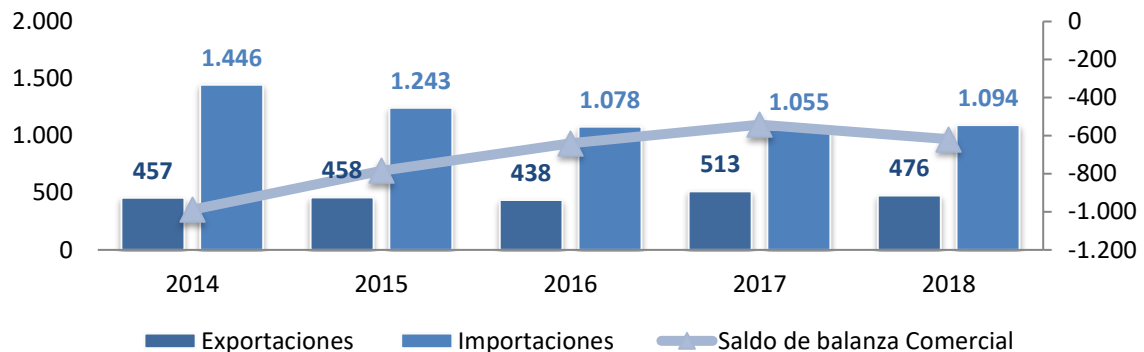
Tabla 1 – Principales productos

Descripción del producto	2018	Part. %
Automóviles de turismo y demás vehículos	20.944	32,00%
Partes y accesorios de vehículos automóviles de las partidas 87.01 a 87.05.	17.553	26,82%
Aceites de petróleo o de mineral bituminoso	7.308	11,17%
Soja	3.379	5,16%
Teléfonos	3.339	5,10%
Otros	12.918	19,74%

Comercio con Uruguay

En el último año, **Argentina se posicionó en el quinto lugar como mercado de destino de las exportaciones uruguayas** con una participación del 5,5%. Las exportaciones hacia dicho país crecieron en un 1% en el período analizado.

**Gráfica 3 – Intercambio comercial Argentina-Uruguay
Años 2014-2018 (Millones US\$)**

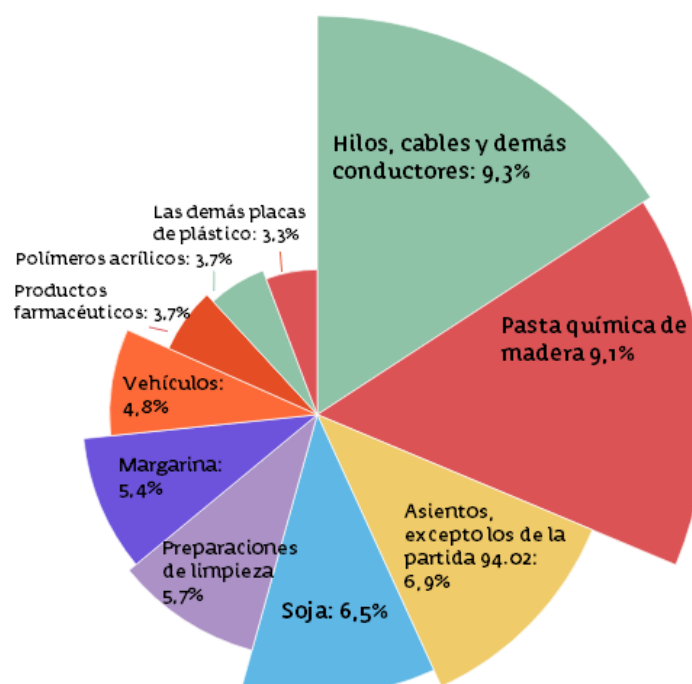


Fuente: Elaborado por Uruguay XXI en base a datos de DNA y ZZFF.

Por su parte, las exportaciones desde Zonas Francas tuvieron una participación entre **12 y 18%** durante el período analizado y se concentraron en los siguientes productos: **Celulosa (60%), Concentrado de bebidas (28%) Soja (11%) Productos farmacéuticos (0%)**, participación 2018.

Los principales productos exportados hacia Argentina desde nuestro país son **Autopartes (13%), Plásticos y sus manufacturas (7%) y Soja (6,5%)**. Vale destacar que las exportaciones uruguayas son menos diversificadas que las importaciones. Durante el período analizado, la canasta de bienes importados es más reducida incluyó 997 productos (partidas a 4 dígitos), mientras que las exportaciones hacia Argentina abarcaron 589 productos.

Gráfica 4 – Productos exportados por Uruguay hacia Argentina - Año 2018 (Part. %)

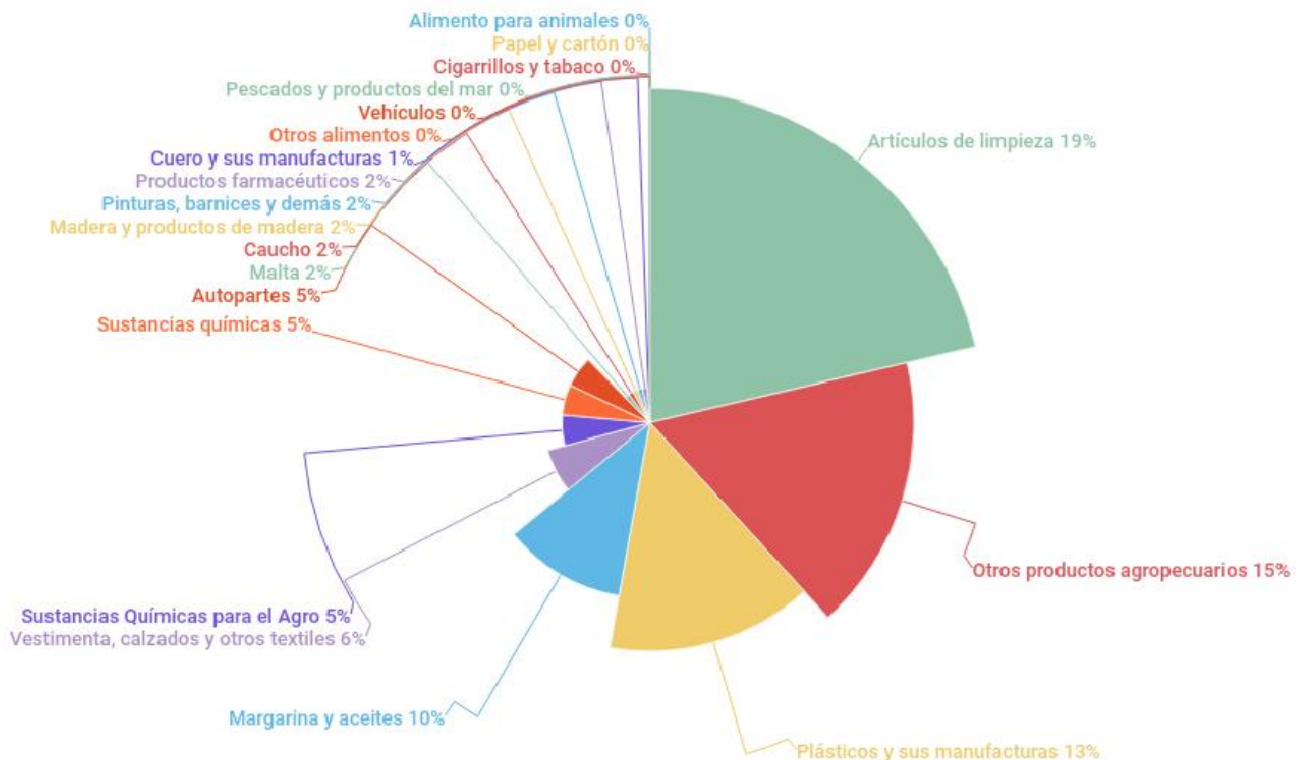


Oportunidades de Exportación

Argentina es un importante socio comercial de Uruguay por las condiciones geográficas, así como por los lazos tradicionales y los acuerdos comerciales entre ambos países. El intercambio comercial es alto, e incluso incrementa de forma notoria si se tiene en cuenta el comercio en régimen de tránsito.

Teniendo en cuenta la demanda potencial de productos de Argentina y la canasta exportadora de Uruguay, a través de una metodología basada en el **Índice de Complementariedad Comercial**⁴ se analizan las ventajas comparativas que tiene Uruguay para exportar hacia Argentina, a efectos de identificar la complementariedad comercial entre ambos países, determinando un conjunto de sub-partidas con potencial de exportación a este mercado.

Gráfica 5 - Potencialidad de Exportación de Uruguay a Argentina



Fuente: Elaborado por Uruguay XXI

Los bienes comprendidos dentro del gráfico **no son los únicos que tienen mayores posibilidades para aumentar su cuota de mercado en Argentina**. Para conocer las oportunidades comerciales de Uruguay en el mercado de Argentina consultar la [Aplicación de Oportunidades Comerciales](#)⁵.

⁴ Las ventajas comparativas se expresan a través del Índice de Complementariedad Comercial (ICC) que muestra el grado de asociación entre los productos que exporta Uruguay (A), y los que importa Argentina (B) en relación a la participación que tienen dichos productos en el comercio mundial de estos.

⁵ Link de la app: <http://www.uruguayxxi.gub.uy/exportaciones/oportunidades-comerciales/>

Características del Sector

» Diseño - Piedras (NCM 7116.20)

Las importaciones argentinas de artículos de piedras preciosas o semi-preciosas en 2018 fueron de 1.288 millones de dólares. Durante los últimos 3 años, las importaciones se mantuvieron relativamente estables, descendieron levemente a una tasa del 1%.

En el ranking de proveedores de productos NCM 7116.20 de China (32,3%), Brasil (25,3%) y Alemania (11,1%) lideran el mercado. Con una participación conjunta del 69%, el 31% restante se reparte en 12 países.

A continuación se presentan los principales los principales importadores (top 10, según monto importado 2018), país proveedor, y marca, con datos en CIF U\$S y porcentaje de participación.

Tabla 2 – Principales importadores, país de origen y marca

IMPORTADOR	PAÍS ORIGEN	MARCA - SUFIJOS	CIF U\$S	PART. %
OTEIZA ANDRES FERNANDO	BRASIL	MARCA: SM	6.811	11,6%
	CHINA	MARCA: SM	3.065	5,2%
	MARRUECOS	MARCA: SM	1.084	1,8%
	MEXICO	MARCA: SM	688	1,2%
	MADAGASCAR	MARCA: SM	146	0,2%
	INDIA	MARCA: SM	139	0,2%
	RUSIA	MARCA: SM	91	0,2%
CASADIO ANGEL WALTER JESUS	CHINA	MARCA: S/M	10.735	18,2%
SENH PROSPERIDADE SRL	BRASIL	MARCA: S/M	6.573	11,2%
AMWAY ARGENTINA INC	ESTADOS UNIDOS	MARCA: AMWAY	5.959	10,1%
ISCAR TOOLS ARGENTINA S.A.	IRLANDA	MARCA: ISCAR	4.673	7,9%
VITOLEN S R L	ALEMANIA	MARCA: SM	3.407	5,8%
MAC VISION SRL	REINO UNIDO	MARCA: S/M	1.536	2,6%
	ALEMANIA	MARCA: S/M	1.486	2,5%
NEW FAMILY SA	CHINA	MARCA: HERENCIA	2.612	4,4%
LISADORA SRL	VIETNAM	MARCA: ISADORA	2.607	4,4%
MAYERHOFER SANDRA VIVIANA	CHINA	MARCA: SM	2.126	3,6%
CLARISA VELOCCI Y MARTIN DE LEEUW SOC DE	ALEMANIA	MONTBLANC	1.631	2,8%
GAUNA JOSE LUIS	BRASIL	MARCA: S/M	1.515	2,6%
LAS BLONDAS SA	INDIA	MARCA: RAPSODIA	576	1,0%
MARTUIN SA	CHINA	MARIA RIVOLTA	308	0,5%
		MARCA: S/MARCA	208	0,4%
ZARA ARGENTINA S A	ESPAÑA	MARCA: ZARA	453	0,8%
JENCK S A	JAPON	SHIMADZU	362	0,6%
INTERCHEMISTRY S A	FRANCIA	CARLO ERBA	150	0,3%
Total general			58.939	100,0%

Fuente: Elaborado por Uruguay XXI en base a datos de Penta Transactions- NCM 7116.20

Por otra parte, Uruguay cuenta con arancel 0% (por ambos ser miembros del MERCOSUR), mientras que países sin acuerdo como China o Alemania paga arancel 12%.

Tabla 3 – Precio Unitario de importación en Paraguay

UNIDAD MEDIDA	FOB Unitario U\$S
KILOGRAMO	33,6
UNIDAD	126,7

Fuente: Elaborado por Uruguay XXI en base a datos de Penta Transactions- NCM 7116.20

Aranceles y otros impuestos

Uruguay y Argentina son miembros del MERCOSUR, esto implica que al momento de comercializar productos entre sí, cuentan con un arancel del 0% para la mayor parte de los productos. De todas formas existen excepciones al arancel externo común para algunos productos, el azúcar, textiles, acero, autos y autopartes están protegidos con restricciones aduaneras. Por lo tanto deberán de pagar un arancel que va entre el 0% y el 35% de arancel sobre el valor en aduana. **De todas maneras, todos los productos considerados en esta ficha cuentan con un arancel del 0%.**

Argentina aplica a las importaciones, incluso las provenientes de sus socios del MERCOSUR, las siguientes cargas:

Al momento de exportar, vale tener presente las siguientes tarifas, más allá de los aranceles:

- Entre un valor de 10,5% y 21% del IVA sobre el valor CIF de las importaciones. En caso de que los bienes sean para reventa la tasa podrá ser de 5,5% o 10% de IVA sobre el valor CIF de las importaciones.
- 2,5% de tasa estadísticas sobre el valor CIF de las importaciones.
- 3% del impuesto sobre los beneficios anticipados para los bienes comprados al por menor.
- 1,5% de impuesto sobre el ingreso bruto.

Aquellos productos como por ejemplo los refrescos y bebidas alcohólicas, o el tabaco, entre otros, se encuentran bajo el régimen fiscal nacional argentino. Los productos textiles y agroalimentarios cuentan con una tasa arancelaria más elevada en relación a otros productos.

Existen productos como los farmacéuticos, insecticidas y aparatos médicos que requieran aprobación previa del gobierno. Los productos agrícolas, el ganado y las plantas requieren certificados de salubridad que sean emitidos en el país de origen.

Por último, vale agregar que en los últimos años, los procedimientos llevados a cabo para la importación han cambiado varias veces, es por ello que se recomienda contactar a un agente aduanero local antes de comenzar cualquier proceso de importación. El importador/exportador debe registrarse en la Aduana argentina para realizar transacciones comerciales a

nivel internacional. Algunos productos (aproximadamente 600) tienen procedimientos de licencia automáticos.

La Aduana Argentina, junto con el Ministerio de Economía y Finanzas Públicas, cuenta con un sistema de clasificación a tres niveles respecto al control e inspección de los productos, conocidos como canales de verificación:

- Canal verde: únicamente inspección física
- Canal naranja: solo se inspecciona la documentación
- Canal rojo: se lleva a cabo inspección documental e inspección física

Actualmente, el Gobierno se encuentra implementando una plataforma denominada Ventanilla Única de Comercio Exterior (VUCE), que se propone facilitar el comercio internacional habilitando un punto de ingreso digital unificado, que contiene la información, documentación y trámites involucrados en importación, exportación y tránsito de mercancías. El proyecto (en esta fase) está operativo desde 2017 y a la fecha incluye comercio en vinos y granos. Más información en: www.argentina.gob.ar/vuce

Regímenes aduaneros especiales. Los regímenes suspensivos de importación comprenden las siguientes modalidades:

- Tránsito aduanero
- Depósito aduanero
- Admisión temporaria
- Contenedores
- Drawback
- Admisión temporaria para perfeccionamiento activo
- Reexportación
- Exportación temporaria para perfeccionamiento pasivo
- Transformación bajo control aduanero

Certificaciones y Licencias⁶

Como en todos los países, Argentina exige determinadas certificaciones para la importación de ciertas mercancías. A continuación, describiremos algunas de las principales, las que resultan más pertinentes en función de la oferta exportadora de nuestro país: A nivel general para todas las importaciones, existen regulaciones y normativas en materia de transporte, las que establecen que todo embalaje de madera que arribe o transite por Argentina, debe estar descortezado, libre de insectos y/o signos de actividad biológica, tratado y certificado mediante la marca en el caso que corresponda, de acuerdo con lo establecido en el Sistema Integrado de Gestión de Embalajes de Madera de Importación. Más información en: www.senasa.gob.ar/embalajes-de-madera

⁶ Fuente: ProChile

Todos los productos que se identifiquen como tecnológicamente complejos o potencialmente peligrosos, deben ser certificados por el Instituto Argentino de Normalización y Certificación (IRAM), para poder ser comercializados en Argentina. Se trata en particular de bienes como electrodomésticos, máquinas, herramientas, equipamiento deportivo, juguetes, entre otros. Más información puede consultarse en el sitio web del organismo: <http://www.iram.org.ar/>

De manera más específica, en materia de máquinas, partes y piezas destinadas a energías renovables, recientemente fue aprobado un procedimiento que exige a los fabricantes y proveedores su inscripción previa en un registro oficial (disposición no.2, Boletín Oficial 31/05/2018, disponible en: <https://goo.gl/E2zq36>.

En el sector de alimentos y bebidas, la normativa del servicio aduanero exige que previo al libramiento de las mercancías se realice la intervención del Instituto Nacional de Alimentos (INAL), para todos los productos destinados al consumo humano. Si los productos están acondicionados para su venta directa al público y cuentan con una autorización legal de la autoridad competente en Uruguay, que indique a libre circulación y aptitud para el consumo humano en el país, bastará con que se presente una Declaración Jurada informativa. Más información en el siguiente enlace: <http://goo.gl/Dx19Nd>.

Más información en: www.anmat.gov.ar/formularios/guia_alimentos.htm

Para el caso de importaciones de productos de origen animal, se deberá efectuar el registro de las plantas procesadoras ante la autoridad local (Uruguay), y con ello tramitar una solicitud previa ante la Coordinación de Importación de Productos de Origen Animal del SENASA (Servicio Nacional de Sanidad y Calidad Agroalimentaria), inscribiéndose en su Registro de Importadores y/o Exportadores. Para el caso específico de los salmones, existen requisitos sanitarios adicionales, establecidos a partir de 2016 para resguardar los riesgos asociados a la Anemia Infecciosa del Salmón (ISA). El detalle de las certificaciones requeridas por SENASA puede consultarse en: www.senasa.gov.ar/printpdf/9598

Las semillas importadas en Argentina deben desarrollar el proceso de certificación conforme a normativa del Instituto Nacional de Semillas (INASE). Más información en: <https://goo.gl/1xqqM5>

De manera más general, todas las importaciones de ejemplares vivos, productos, subproductos y derivados de la flora silvestre requieren la previa intervención del Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sustentable y emisión de certificado respectivo. Más información en: <https://goo.gl/QSVh4p>

El 23 de diciembre de 2015 entró en vigor el Sistema Integral de Monitoreo de Importaciones (SIMI) de la Administración Federal de Ingresos Públicos, el cual es un mecanismo que otorga licencias automáticas y no automáticas para la importación de bienes y servicios, vigentes por un plazo de 180 días, que reemplaza al anterior sistema de Declaraciones Juradas Anticipadas a las Importaciones (DJAI).

- Las licencias automáticas se componen mayormente de alimentos y productos que no tienen producción local. Este tipo de licencias se aprueban en todos los casos, siempre

que se cumplan adecuadamente con los requerimientos de tramitación en tiempo, forma e información. Existen dos tipos diferentes:

- LAPI (Licencia Automática Previa de Importación): Los operadores del comercio exterior deben tramitar una solicitud previa a efectuar la importación al territorio aduanero. El objetivo es realizar un monitoreo que permita a las autoridades llevar estadísticas y realizar análisis.
- Declaración Jurada de Composición de Producto (DJCP): Se exige para el caso de importaciones de productos textiles, prendas de indumentaria, alfombras y calzados, en los que es necesario tramitar esta declaración, con el fin de respaldar la información de los componentes indicada en las etiquetas de las mercancías.

Las licencias no automáticas son para productos que se encuentran más protegidos dado su desarrollo en la producción local, y que por tanto la solicitud de comercio internacional debe ser estudiada y aprobada (o no) por la autoridad. Se trata principalmente de importaciones de Juguetes, Papel, Bicicletas, Artículos para el Hogar, Neumáticos para Bicicletas, Motocicletas, entre otros. Un listado completo de estos productos puede consultarse en el siguiente enlace: <https://goo.gl/mPTDXi>

Embalaje y etiquetado⁷

Para exportar productos a Argentina hay ciertos requisitos básicos de etiquetado, como indicar el lugar de origen y que la etiqueta sea comprensible para el consumidor (aun cuando no se establecen requisitos de idioma). Aquellos productos que son de venta restringida (bebidas alcohólicas, tabaco, medicamentos, entre otros), deben explicitar esta característica dando indicaciones como: “prohibida su venta a menores de edad”, “prohibida su venta sin receta médica” o la que corresponda. Para el caso de los alimentos, productos médicos y de higiene, existen requisitos de etiquetado específicos según el producto que se trate, los que son informados por la Administración Nacional de Medicamentos, Alimentos y Tecnología Médica (ANMAT) a través de su sitio web: www.anmat.gov.ar

Según establece el Código Alimentario Argentino (Capítulo V), en general el etiquetado de los alimentos exige la presentación de los siguientes campos de información:

- Denominación de venta del alimento
- Lista de ingredientes (salvo cuando se trate de alimentos de un único ingrediente)
- Contenidos netos
- Identificación del origen
- Nombre o razón social y dirección del importador
- Identificación del lote
- Fecha de duración
- Preparación e instrucciones de uso del alimento, cuando corresponda.

⁷ Fuente: Resolución S.G. N° 634/2017 del Ministerio de Salud Pública y Bienestar Social, Octubre de 2017.

La etiqueta puede estar en cualquier idioma siempre y cuando el consumidor pueda comprender los detalles que encuentran determinados en la misma.

En caso de que los productos no sean aptos para el consumo de determinado público, debe estar descrito en la etiqueta de forma clara y precisa.

En un orden específico, los productos pesqueros que ingresen a Argentina deben presentar previamente un “proyecto de rótulo” a SENASA, el cual será aprobado en caso de indicar aspectos como: nombre del importador y número de inscripción; establecimiento de origen con número de habilitación; cantidad y peso; fecha de elaboración; fecha límite de consumo; temperatura de mantenimiento; entre otros.

Otro caso específico es el de las semillas que ingresan a Argentina, las que por indicación del Instituto Nacional de Semillas (INASE), deben contener un etiquetado que indique la siguiente información: nombre y dirección del identificador de la semilla, del comercializador y respectivos números de registro en INASE; nombres de la especie, común y botánico; porcentaje de pureza físicobotánica (en peso); porcentaje de germinación y mes y año del análisis; porcentaje de malezas para las especies; contenido neto, año de cosecha; indicar si la semilla fue tratada con sustancia tóxica; entre otros. Para más información y ejemplos consultar el link:

https://www.inase.gov.ar/index.php?option=com_content&view=article&id=89&Itemid=152

Para el caso del calzado y los productos textiles, también existen requerimientos puntuales de etiquetado, destinados a hacer explícitas sus medidas, materiales componentes y origen. Los detalles en cuanto a requerimientos y procedimientos pueden consultarse en la fuente oficial en el siguiente link: <https://www.argentina.gob.ar/etiquetar-productos-textiles-y-calzado>

Tributación

La Administración Nacional de Ingresos Públicos (AFIP) es el ente encargado de ejecutar políticas impulsadas por el Poder Ejecutivo Nacional en materia tributaria, aduanera y de recaudación del tributo del Gobierno Federal.

La contabilización de las empresas en Argentina está regulada por la Ley N° 19.550, donde se establece que todas las empresas comerciales deben establecer todos los años determinados documentos contables: el diario, el libro de contabilidad y el seguimiento de la valuación de las acciones, así como también realizar un balance y un estado de resultados.

Impuesto sobre las sociedades

- Las empresas nacionales y extranjeras gozan del mismo trato fiscal. Las empresas no establecidas deben registrarse para el IVA o IIBB si proveen suministros imponibles en Argentina.
- La tasa estándar de impuestos sobre sociedades es del 35%.
- En cuanto a las deducciones y créditos de impuestos, los gastos son deducibles si se realizan para obtener y conservar los ingresos imponibles, al igual que en el caso de los

impuestos pagados, depreciación o amortización, reservas, rentas de locales y material, sueldos y donaciones hasta un máximo de 5% del ingreso imponible, etc.

- Un derecho de estampilla de 1% es percibido sobre la ejecución formal de documentos públicos y privados, entre ellos contratos, actos notariados y pagarés. En el caso de ventas de bienes inmuebles esta tasa es de 2,5% o 4%.
- La tasa sobre las transacciones financieras es del 0,6% sobre los débitos y créditos de las cuentas corrientes. Una tasa de 0,5% del activo es gravada sobre las participaciones en una sociedad organizada en Argentina y que pertenece a particulares residentes o no residentes.

Impuestos al consumo: El gobierno nacional es responsable de recaudar alrededor del 75% de los ingresos del gobierno general, abarcando impuestos sobre diferentes bases imponibles.

- Impuestos al Valor Agregado (IVA), cuya tasa general es de 21% sobre la cantidad neta de transacciones. De todos modos existe una tasa reducida para algunos bienes y ciertos elementos están exentos de este impuesto, como los servicios financieros, la educación, los servicios, el transporte internacional y algunos productos de primera necesidad.
- Ingresos brutos, es una tasa federal que se paga a la provincia por cada facturación. Por ejemplo, en el caso de la Provincia de Buenos Aires es del 3%.

Impuestos sobre la renta de personas: Los residentes son grabados por todos sus ingresos y los no residentes solo tributan sobre los ingresos percibidos en el territorio.

Tasa estadística: 2,5% sobre el precio CIF a todos los bienes.

Principales puntos de ingreso⁸

El transporte de mercancías hacia Argentina se hace generalmente por carretera. Aproximadamente 313 millones de toneladas de diferentes mercaderías se transportan por año. Las carreteras cubren casi el país entero. No obstante, el 60% de la red se encuentra en mal estado.

Por vía férrea también se lleva a cabo el transporte de mercaderías, aproximadamente 25 millones de toneladas son transportadas por ésta vía. Las principales empresas son Ferrovías; Empresas de transporte ferroviario; Nuevo Central Argentino; Ferrosur Roca.

El país cuenta con varios puertos, donde se ubican: Puerto de Bahía Blanca; Puerto de Buenos Aires; Puerto de La Plata; Puerto del Rosario; Puerto de Santa Fe; Puerto de San Lorenzo; Puerto de Quequen-Necochea; Puerto de Comodoro Rivadavia.

El transporte internacional de mercaderías que se ubican fuera del MERCOSUR se lleva a cabo habitualmente por vía marítima. El puerto de Buenos Aires concentra 60% del tráfico portuario. Los ríos Uruguay y Paraná son las vías más importantes para vincular Buenos Aires con las áreas económicas en el interior del país, en Brasil y en Paraguay.

⁸ Fuente: ICEX

Por vía aérea se realiza la menor parte del comercio, alrededor de 0,15 millones de toneladas transitan por ésta vía. Los principales aeropuertos son: Aeropuertos Argentina 2000; Aeropuertos de London Supply.

Ambiente de negocios⁹

- El **empresario argentino es caracterizado como un sujeto formal y con poco tiempo**, que solo otorga reuniones de negocios cuando le interesa verdaderamente un producto o servicio. En este sentido, **es clave mostrar el punto de diferenciación del producto** versus la competencia y resaltar este último a la hora de negociar. Por ejemplo, **destacar la exclusividad u otorgar servicios adicionales**.
- **Se debe mostrar la seriedad del empresario, el cumplimiento de los compromisos, que ofrece calidad en los productos y el interés por hacer negocios**. Además, **se aconseja ser claro con los precios, plazos y las condiciones**.
- Los **empresarios suelen ser relajados y tranquilos**, por ello **se recomienda adoptar un perfil moderado y no agresivo**. Hay que evitar toda confrontación o táctica de presión, pero no dudar en debatir y defender el punto de vista propio.
- **Es altamente recomendable contar con agentes de intermediación local**, lo que indudablemente facilitará la concreción de los trámites involucrados.

Normas de protocolo¹⁰

A pesar de que las reuniones pueden presentar diferencias, según el contexto en el que se realicen (oficina, almuerzo, cena, etc.) o el interlocutor con quien se trabaje (por ejemplo, no es lo mismo el sector de servicios financieros que el de industrias culturales), existen algunos aspectos básicos que son comunes:

- **Es habitual agendar las citas con 2 semanas de antelación y confirmarlas 3 días antes**. Si se ve obligado a cancelar previamente la cita, se recomienda hacerlo con la mayor anticipación posible para no ocasionar inconvenientes a su contraparte.
- **La puntualidad está altamente valorada en contextos de reuniones de negocios**. En casos de eventos sociales, son usuales los retrasos de 30 minutos como mínimo. **Se recomienda prever debidamente los tiempos de traslado hasta el lugar de la reunión**. En el caso de la ciudad de Buenos Aires, en particular, pueden existir dificultades de grandes distancias de traslado y/o congestión de tráfico, que se deben tener en cuenta.

⁹ **Fuente:** Uruguay XXI en base a “Como negociar con éxito en 50 países” – Olegario Llamazares García-Lomas” 3ª Edición.

¹⁰ Fuente: Ídem.

- **Si bien es recomendable presentar vestimenta formal en el primer encuentro, no existen protocolos mayores de etiqueta.** Solo algunos sectores específicos, como el mundo de las finanzas y de los servicios bancarios, convienen en formalidades permanentes como traje y corbata para todas las circunstancias.
- **Para nombrarse, es común acceder a “tutearse” con facilidad.** Las tarjetas de presentación suelen intercambiarse al inicio de las reuniones, al momento de hacer las presentaciones.
- **Normalmente las reuniones comienzan con una breve conversación** sobre algún tema de la orden del día diferente al de los negocios. Frente a algunos temas sensibles o polémicos sobre política, economía o relaciones internacionales es recomendable tolerancia y empatía.
- **En Argentina son poco usuales los obsequios en contextos de reuniones,** salvo que exista una relación consolidada y estrecha.

Ferias internacionales

Participar de ferias internacionales es una oportunidad única para tener contacto directo con importadores, distribuidores, mayoristas y líderes de opinión, dando a conocer una marca frente a miles de visitantes.

» **BATEV**

Periodicidad: Anual

Sectores: Construcción, Inmobiliaria, Arquitectura, Diseño, Negocios

Lugar: Buenos Aires

» **Expo@diseño**

Periodicidad: trimestral

Sectores: Belleza, Calzado, Decoración, Moda y Regalos.

Lugar: Buenos Aires

» **Arte la Plata**

Periodicidad: Anual

Sectores: Arte, Decoración, Hogar, Ocio y Regalos.

Lugar: La Plata

Páginas web de interés

- Administración Federal de Ingresos Públicos (AFIP): www.afip.gob.ar
- Agencia Argentina de Inversiones y Comercio Internacional: www.investandtrade.org.ar
- Asociación de Importadores y Exportadores de la República Argentina: www.aiera.org
- Banco Central de la República Argentina: www.bcra.gov.ar

- Bolsa de Comercio de Buenos Aires: www.bcba.sba.com.ar
- Cámara de la Industria Argentina del Software: www.cessi.org.ar
- Instituto Nacional de Estadística y Censos (INDEC): www.indec.gob.ar
- Ministerio de Economía y Hacienda: www.minhacienda.gob.ar
- Ministerio de Relaciones Exteriores y Culto: www.mrecic.gov.ar
- Portal de la República Argentina: www.argentina.gob.ar
- Ventanilla Única de Comercio Exterior (VUCE): www.argentina.gob.ar/vuce

Datos de embajada

Embajador: Héctor Carlos Lescano Fraschini

Dirección: Arenales 1392 Capital Federal

Teléfono: (005411) 6009 4020 / 4080

E-mail: uruargentina@mrree.gub.uy

Horario: de 9:30 a 16:30 hs

Informe País Argentina

Para acceder a información y datos más detallados, visite el Informe País de Argentina, elaborado por el Departamento de Inteligencia Competitiva, a través del siguiente [link](#).

Guía Básica para el exportador

En el siguiente [link](#), encontrará una guía elaborada por el Departamento de Promoción de Exportaciones de Uruguay XXI para acercar una herramienta útil, práctica y de consulta rápida, que comprenda los aspectos básicos a tener en cuenta en el proceso exportador y oriente al empresario que comienza a elaborar su estrategia de inserción en el mercado internacional.

Listado de importadores

Para obtener el listado completo o de un rubro en específico de los importadores estadounidenses, contáctese con el Departamento de Inteligencia Competitiva de Uruguay XXI enviando un correo electrónico a inteligenciacompetitiva@uruguayxxi.gub.uy

Aplicaciones web de inteligencia comercial



[Sistema de Información de Exportaciones](#)



[Directorio de Exportadores](#)



[Guía Básica para el Exportador](#)



[Oportunidades Comerciales](#)



[Fichas País](#)



[Sistema de Aranceles](#)



[Acuerdos Comerciales](#)



Uruguay XXI
PROMOCIÓN DE INVERSIONES,
EXPORTACIONES E IMAGEN PAÍS

Rincón 518/528 - CP 11000
Tel.: +598 2915 3838
Montevideo - Uruguay

www.uruguayxxi.gub.uy
info@uruguayxxi.gub.uy
  Uruguay XXI