



**UNIVERSIDAD DEL ACONCAGUA**

**FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y ADMINISTRATIVAS**

**LICENCIATURA EN COMERCIO INTERNACIONAL**

**OPTIMIZACION EN EL USO DEL REGIMEN DE IMPORTACION  
TEMPORARIA DE INSUMOS**

**EXPORTACIONES DE CORTINAS A CHILE**

**Alumno:** *Federico Andrés Ciardullo*

**Profesores tutores:**

**Lic. Orlando Di Giuseppe**

**Lic. Mario Pouget**

**Lic. Celina Sozzi de Villanueva**

**Mendoza, Noviembre de 2010**

**CALIFICACION**

.....

.....

.....

## **AGRADECIMIENTOS**

## INDICE

<b>RESUMEN EJECUTIVO</b> .....	7
<b>1 Naturaleza del proyecto</b> .....	8
<b>CAPITULO I PANORAMA MUNDIAL DEL SECTOR TEXTIL HOGAR</b> .....	11
<b>1 Historia de las cortinas</b> .....	11
<b>1.1 Definición del producto cortinas</b> .....	12
<b>1.2 Delimitación del sector</b> .....	13
<b>1.3 Análisis global del sector textil - hogar</b> .....	13
<b>1.4 Factores definatorios del sector textil-hogar</b> .....	14
<b>1.5 Principales proveedores de la UE</b> .....	15
<b>1.6 La adaptación del textil-hogar europeo</b> .....	16
<b>1.7 Aspectos estratégicos</b> .....	16
<b>1.8 Las incertidumbres del modelo chino</b> .....	17
<b>1.9 Retos de futuro</b> .....	18
<b>1.10 Estrategias competitivas en el sector</b> .....	19
<b>1.11 El nuevo entorno del consumo: textil - hogar</b> .....	20
<b>1.12 Los modelos de competitividad del sector hogar-textil</b> .....	20
<b>CAPITULO II EL MERCADO NACIONAL DE CORTINAS</b> .....	24
<b>2 Análisis del sector argentino de cortinas</b> .....	24
<b>2.1 Análisis de la producción argentina</b> .....	26
<b>2.2 Exportaciones argentinas de cortinas</b> .....	26
<b>2.3 Análisis de las exportaciones argentinas de cortinas en los últimos nueve años</b> .....	27
<b>2.4 Importaciones argentinas de cortinas</b> .....	29
<b>2.5 Análisis de las importaciones argentinas de cortinas en los últimos nueve años</b> .....	29
<b>CAITULO III MERCADO OJETIVO CHILE</b> .....	32
<b>3 Ficha técnica del país</b> .....	32
<b>3.1 Situación política</b> .....	33
<b>3.1.1 Principales fuerzas políticas y su presencia en las instituciones</b> .....	33
<b>3.2 Una mirada a la economía de Chile</b> .....	34
<b>3.3 Importancia económica del país en su región</b> .....	35
<b>3.4 Evaluación de las principales variables económicas</b> .....	36
<b>3.4.1 Producto bruto interno</b> .....	38
<b>3.4.2 Sector primario</b> .....	38
<b>3.4.3 Sector secundario</b> .....	39
<b>3.4.4 Sector terciario (servicios)</b> .....	40
<b>3.5 Moneda. Evolución del tipo de cambio</b> .....	41
<b>3.6 Comercio exterior de bienes y servicios</b> .....	41
<b>3.6.1 Apertura comercial</b> .....	41
<b>3.6.2 Principales socios comerciales</b> .....	42
<b>3.6.3 Principales sectores de bienes (Importación y Exportación)</b> .....	44
<b>3.6.4 Principales sectores de servicios (Importación y Exportación)</b> .....	46
<b>3.7 Turismo</b> .....	47
<b>3.8 Inversión extranjera directa</b> .....	47
<b>3.9 Estudio de la demanda</b> .....	48
<b>3.10 Evolución de la población económicamente activa (PEA) por regiones</b> .....	49
<b>3.10.1 Región V. Valparaíso</b> .....	49
<b>3.11 Proyección de la demanda</b> .....	51

3.12 Sectores con demanda potencial de importaciones .....	53
3.13 Análisis de la competencia .....	54
3.13.1 Características de los principales productores .....	54
3.14 Importaciones del producto cortinas .....	56
3.15 Análisis de precios .....	56
3.16 Canales y estrategias de distribución .....	58
3.16.1 Sector de consumo masivo .....	58
3.16.2 Supermercados .....	58
3.16.3 La capacidad de los supermercados .....	60
3.16.4 Centros comerciales (malls) .....	61
3.17 Estrategias de distribución .....	61
3.18 Concentración de actividad .....	62
3.19 Grandes almacenes .....	62
<b>CAPITULO IV LA EMPRESA DEL PRODUCTO .....</b>	<b>64</b>
<b>4 La empresa .....</b>	<b>64</b>
4.1 Organigrama de la empresa .....	66
4.2 El producto .....	69
4.4 La operatoria comercial .....	70
4.4.1 Importación de insumos .....	70
4.4.2 Exportación de cortinas .....	72
4.5 Régimen de origen del MERCOSUR .....	72
4.5.1 Obtención del certificado de origen .....	73
4.5.2 Convenio de Libre Comercio MERCOSUR –Chile .....	74
4.5.3 Procedimientos para exportaciones al amparo del ACE N° 35 .....	74
4.6 La Legislación Argentina .....	75
4.6.1 Breve explicación del Régimen Temporario Decreto Nacional 1330/2004 .....	75
4.7 Los consumidores internacionales .....	76
4.8 Competidores actuales internos .....	76
4.9 Algunas de las empresas competidoras del mercado interno .....	77
4.10 Competidores potenciales externos y proveedores .....	77
4.11 Análisis F.O.D.A de la empresa Flex Color .....	78
<b>CAPITULO V ANALISIS ECONOMICO FINANCIERO .....</b>	<b>80</b>
<b>5 Análisis comparativo del costo unitario: derechos pagos y garantizados .....</b>	<b>80</b>
5.1 Calculo del precio FCA Mendoza .....	84
5.2 Plan de exportación .....	85
5.3 Costos del producto a exportar .....	86
5.4 Costos del Departamento de Comercio Exterior .....	87
5.5 Exportación del producto y cancelación de los insumos temporales .....	89
5.6 Flujos de fondos del proyecto .....	91
<b>CONCLUSIONES .....</b>	<b>93</b>
<b>FUENTES DE INFORMACION .....</b>	<b>93</b>
<b>ANEXO I .....</b>	<b>99</b>
<b>ANEXO II .....</b>	<b>106</b>
<b>ANEXO III .....</b>	<b>108</b>

## RESUMEN EJECUTIVO

La importancia de utilizar y conocer regímenes especiales de importación y exportación es primordial hoy en día para el logro del desarrollo económico integral de cualquier empresa.

Por ello, es que para llevar a cabo una simple transacción comercial a nivel internacional es imperioso conocer el espacio jurídico, comercial y el terreno internacional en donde se va a llevar a cabo este negocio.

La *Empresa Flex-Color*, desde sus inicios hasta la fecha no aplica ningún régimen especial para llevar a cabo su labor, sino que simplemente realiza sus movimientos comerciales a través de la importación definitiva. En este trabajo se demostrará, que utilizando una de las tantas herramientas alternativas del complejo comercio internacional, como es el “régimen temporal”, ayudará a la empresa *Flex-Color* a mejorar sus costos en la adquisición de insumos, de forma tal que posibilitará obtener un precio de exportación más bajo y competitivo en el mercado, para de esta manera lograr crear un departamento de comercio exterior y a través del mismo iniciarse en materia de exportaciones.

## **1 Naturaleza del proyecto**

### **1.1 Importación temporal**

Es el régimen aduanero que permite recibir dentro del territorio nacional, bajo un mecanismo suspensivo de derechos de aduana, impuestos y otros cargos de importación, aquellas mercancías destinadas a ser enviadas al exterior después de haber sido sometidas a un proceso de ensamblaje, montaje, máquinas, equipos de transporte en general o aparatos de mayor complejidad tecnológica y funcional, elaboración, obtención, transformación, reparación, mantenimiento, adecuación, producción o fabricación de bienes.

Esta modalidad permite ingresar al territorio aduanero por un plazo determinado, con suspensión de derechos e impuestos a la importación, mercancías con un fin específico, las que serán reexportadas dentro de ese plazo.

### **1.2 Planteo del problema**

El problema de estudio que se busca resolver está basado en la reducción de costos tanto operativos como de producción, como así también el armado de un eficiente programa de suministro de insumos para, de esta forma, ubicar a la empresa Flex-Color S.R.L en una posición competitiva para exportar al mercado objetivo.

Flex-Color, empresa mendocina conformada de capitales nacionales ubicada como unas de las compañías más competitivas del medio, focaliza su especialidad en la fabricación y comercialización de cortinas y persianas destinadas a viviendas particular, oficinas, hoteles, edificios, entidades públicas, empresas etc. Tiene como objetivo principal introducir sus productos en el mercado chileno a través de precios competitivos y calidad en sus productos.



### **1.3 Hipótesis**

Si la empresa establece un sistema eficiente de suministros de insumos (telas), utilizando el régimen de importación temporal, la misma podrá a través de esta modalidad reducir costo variables con el fin último de obtener precios de exportación competitivos y de esta forma posicionar el producto (cortinas) en el mercado chileno.

### **1.4 Justificación**

La conveniencia de realizar este estudio es la de establecer sistemas y procedimientos eficientes de suministros de insumos de forma tal que la empresa Flex Color S.A pueda importar sus insumos a Zona Franca Mendoza. Una vez que la mercadería haya sido ingresada a dicho recinto, disponer de las telas en función de la producción de cortinas, esto hace que al momento de precisar los insumos la empresa pueda introducirla al país mediante una importación temporal. Este régimen consiste en la introducción de mercaderías destinadas a recibir un perfeccionamiento industrial, con la obligación de ser exportadas para consumo a otros países en este caso Chile, bajo la nueva forma resultante. El objetivo último de la implementación de este tipo de sistema, es la reducción de costos en los insumos importados, además de instaurar un sistema eficiente en el abastecimiento de los mismos.

## **Metodología**

*Observación documental:* se considera todos los aspectos relacionados con la temática a tratar así como el contexto en el que este se desarrolla. Se utiliza las siguientes fuentes de información: páginas web, estudios de mercados, diarios y revistas, informes técnicos brindados por la empresa Flex-Color, sistemas de información de procedimientos aduaneros consultados a la empresa Clement y Asociados SRL.

*Observación de campo:* se realiza entrevistas personales a expertos.

- Entrevista al Sr. Vidal Marti DNI 17.295.280 Gerente General de la empresa Flex – Color la cual incluyo todo lo referido a las cortinas *Roller* desde la compra de los insumos pasando por el proceso de fabricación hasta llegar al producto terminado.
- Entrevista al Sr. Fabrixio Pedrosa DNI 22.699.765 Gerente de la zona Cuyo de la empresa Clement y Asociados SRL, la misma referida al tratamiento legislativo aduanero en materia de importación temporal.
- Entrevista al Sr Ricardo Hoyos DNI 22.597.995 Encargado del sector importaciones de la empresa Clement y Asociados SRL, la misma referida a la operativa aduanera en materia de importación temporal.

## **CAPITULO I**

### **PANORAMA MUNDIAL DEL SECTOR TEXTIL-HOGAR**

#### **1 Historia de las cortinas**

Las personas siempre han buscado no sólo construir y protegerse del mundo exterior, sino también decorar su hogar y hacerlo diferente de los demás. Y sobre todo, se ha prestado atención al diseño de las aberturas de puertas y ventanas, que originalmente sirvió como defensa y sólo más tarde se convirtió en un adorno. De hecho, es difícil imaginar una casa sin cortinas, estores y paneles, ya que pueden hacer un único tipo de apartamento o casa, una gran habitación acogedora y ampliar visualmente los cuartos pequeños, crear un cierto estado de ánimo en cada habitación.

La decoración interior como diseño del ambiente, por primera vez, se extendió en la antigua Grecia. La tradición europea de la utilización de tejidos para decoración de las habitaciones es en gran medida determinada por la orientación general del estilo artístico de cada época.

Cortinas y estores han adquirido gran importancia en la época del Renacimiento. Han ganado popularidad los nuevos tejidos: seda, terciopelo, etc. En motivos ornamentales de telas se empieza a utilizar imágenes de motivos vegetales y de animales junto con los dibujos geométricos.

En la época barroca, por primera vez se presta atención a la combinación de colores de cortinas y muebles tapizados.

A principios del siglo XIII en Europa se extiende el clasicismo: la simetría y la moderación, esto imponía que el mobiliario, cortinas y persianas debían ser no sólo de un color, pero si estar hechas del mismo material. Un elemento nuevo de la decoración son las galerías, que atan las cortinas desde arriba.

En tiempos modernos la decoración interior juega un papel muy importante en la creación de la imagen de la casa. Se puede usar una amplia selección de materiales, de colores, texturas y cortes para crear diferentes estilos, que da la libertad de la imaginación, porque hoy por hoy no hay necesidad de adherirse a un único estilo.

Sin embargo, todas las mismas reglas deben ser respetadas por el arte del diseño, para evitar decepciones. Por lo tanto, la adecuación de las cortinas, se debe guiar no sólo por el color de fondo de escritorio y muebles sino por el tamaño de la habitación, el grado de iluminación, la visión desde la ventana y el estilo de la habitación. Al escoger los colores hay que recordar que el color depende de la apariencia de las instalaciones y el ambiente del hogar. Por ejemplo, tonos de azul, gris, morado, violeta calman y crean una sensación de frescura y el rojo, amarillo y naranja aportan energía. Y, sin embargo, las cortinas deben ser diferentes del color de las paredes: ser más claras o más oscuras para evitar la monotonía.

Hoy en día son populares las cortinas verticales para oficinas, estores enrollables y plegables para hogar, estores de fibra de vidrio y fibras vegetales para crear ambientes del Oriente Medio y China.

Ahora es posible comprar cortinas y estores en tiendas por Internet, donde tienen en cuenta todos los gustos del cliente, es seguro, rápido y más económico, ya que se eliminan gastos de intermediarios.

### **1.1 Definición del producto cortinas**

Las cortinas son unas piezas móviles normalmente de tela, que cubren las ventanas por el interior de los edificios. Su función es la de impedir total o parcialmente el paso de la luz y la visibilidad desde el exterior. También se las puede utilizar detrás de una puerta de acceso.

Las cortinas pueden ser colocadas en cualquier habitación que disponga de ventanas pero especialmente en los dormitorios para quitar la luz en el momento del sueño. Si son muy finas y dejan pasar la luz se denominan visillos. También, un importante detalle, es que sirve para no permitir el acceso del frío, porque al momento de frías corrientes o lluvias, el vidrio(conductor) permite el enfriamiento y este al ambiente, bajando las temperaturas.

## **1.2 Delimitación del sector**

Las cortinas y visillos pertenecen a la industria del textil-hogar. Por lo que se refiere al sector, se puede establecer la siguiente división:

- Textil hogar
- Mantas y mantas de viaje
- Ropa de cama
- Mantelería
- Textil baño y de cocina
- Cortinas y visillos

## **1.3 Análisis global del sector textil - hogar**

La evolución reciente del sector viene marcada por la creciente globalización de su actividad. Este fenómeno no es nuevo, ya que desde los años 60 se asiste al crecimiento de la actividad textil-hogar en los países en desarrollo (PVD) que, en muchos casos, han basado en este sector su proceso de industrialización atendiendo a sus ventajas competitivas, en especial los bajos costes laborales.

Sin embargo, este fenómeno se ha acelerado a partir de los años 90 debido a una serie de factores, entre los que cabe destacar el aumento de la capacidad de producción de estos países, con la irrupción de China como nueva potencia económica; la entrada en el comercio mundial de los países excomunistas antes limitados a sus intercambios comunes; la creación de zonas de librecomercio, como NAFTA, MERCOSUR y UE además de la adopción por parte de las grandes cadenas de distribución de políticas de suministro globales.

#### 1.4 Factores definatorios del sector textil-hogar

- Es la primera actividad que aparece en la fase de industrialización de un país.
- La intensidad en mano de obra y facilidad de transporte facilitan su globalización.
- China es el principal país productor y exportador del sector textil-hogar del mundo.
- La moda es el gran impulsor del crecimiento continuo de la demanda.
- La integración diseño-confección/distribución impulsa la venta global de sus productos.

Sin embargo, el verdadero impulso a los cambios citados ha venido por la creciente liberalización de los intercambios textiles internacionales, que ha tenido su punto álgido en 2005 con la eliminación de las últimas cuotas existentes de entrada de productos textiles a los países desarrollados.

Durante este período, se ha producido una espectacular transferencia de la producción de los países avanzados hacia los países en desarrollo hasta alcanzar un elevado nivel de globalización.

El comercio mundial textil-hogar ha superado los 580.000 millones de dólares en 2007, los grandes flujos se generan entre Asia, Europa y Norte América, en el primer caso, con una balanza positiva (159,3 millones) y los dos restantes fuertemente negativas.<sup>1</sup>

Los flujos internos a nivel de continente son muy intensos en Europa, por la gran dimensión de los mercados. En Asia hay una corriente interna de los PVD asiáticos hacia Japón, mientras que en Norte América el flujo se concentra entre México y USA.

Sudamérica concentra sus intercambios con sus vecinos del norte. África se centra en la exportación de productos de Marruecos y Túnez.

Actualmente, Asia es el polo textil-confección principal, con China como líder indiscutible, dominando la producción y las exportaciones mundiales, aunque Europa continúa detentando un peso importante en el resto de subsectores, como el textil-hogar o las confecciones técnicas, subsectores donde los costes salariales son menos relevantes y donde priman las innovaciones de producto.

En efecto, China, incluido Hong Kong, controla el 28% del mercado textil y más del 40% de la confección del textil-hogar, tras desarrollar un modelo competitivo basado en mano de obra barata, fuerte inversión y claro enfoque exportador.

---

<sup>1</sup> Federación de la industria Textil, Química y Afines. Previsiones sobre la evolución del sector textil-hogar en el horizonte 2015. Disponible en World wide web <<http://www.fitega.ccoo.es>> consultado el 16 de noviembre de 2009.

Italia, aunque con unos costes laborales mucho más elevados, mantiene un lugar de privilegio en el ranking mundial gracias a sus exitosas estrategias sectoriales.

Alemania ya comenzó su adaptación a los nuevos retos en los años setenta utilizando para ello los países del este de Europa. Al mismo tiempo, se impulsaba el crecimiento de mayor valor añadido fundamentado en una continua generación de innovaciones de producto que se apoya en una potente red de centros tecnológicos.

Corea del Sur y Taiwán destacan como exportadores de productos textil-hogar, en gran parte al mercado chino. Bangladesh, uno de los países más pobres de Asia, tiene una frágil economía y su protagonismo en el mercado es modesto.

La India muestra un peso relevante como productor básico, y progresivamente destaca como exportador de productos confeccionados. Por su parte Turquía, ha desarrollado una potente industria verticalizada, desde la confección a la industria base, que le ha permitido alcanzar el 4% de las exportaciones mundiales de la confección y hasta el 3,70% en textil-hogar.<sup>2</sup>

Estados Unidos es asimismo un gran centro exportador de productos base que son confeccionados en otros países de su entorno, especialmente México. Un modelo opuesto es el de Francia, que destaca como confeccionista de productos de gama alta; el "made in France" se cotiza, aunque importe buena parte de sus productos intermedios.

## **1.5 Principales proveedores de la UE**

El mercado textil-hogar europeo se autoabastece en un 50% (intercambios intra-UE), mientras que la otra mitad se distribuye entre China y el resto de Asia, que se acerca a la mitad y los países mediterráneos, una cuarta parte.

Aparte de China, que es la gran fábrica textil del mundo, la India, Bangladesh, Vietnam y Turquía son los países que más han aumentado sus exportaciones textiles de confección hacia la UE desde el 2000, seguidos de Sri Lanka, Marruecos y Túnez.

Con los avances de la logística y el avance de la globalización, la incidencia de los costes salariales, cobra cada vez más incidencia, especialmente para las grandes producciones.

---

<sup>2</sup> Federación de la industria Textil, Química y Afines. Previsiones sobre la evolución del sector textil-hogar en el horizonte 2015. Disponible en World wide web <<http://www.fitega.ccoo.es>> consultado el 16 de noviembre de 2009.

De todos modos la volatilidad de los tipos de cambio y la inflación pueden alterar rápidamente la situación competitiva de estos países, especialmente en la confección, lo que tiene como consecuencia una rápida alteración de las cadenas de suministro.

Por ejemplo los costes de China se han casi triplicado en los dos últimos años, lo que está impulsando una deslocalización de las producciones más sencillas hacia otros países asiáticos como Vietnam, con unos costes que son un tercio de los chinos o Bangladesh, que son una sexta parte. India a su vez, también ha aumentando su competencia relativa en estos últimos años.

Los países del área del Mediterráneo, excepto Turquía, también han aumentado su competitividad en estos últimos años con relación a Europa, mientras que México, la ha mejorado con respecto al mercado USA.

### **1.6 La adaptación del textil-hogar europeo**

La liberalización y globalización de los intercambios del sector textil-hogar ha generado una fuerte pérdida de capacidad productiva en Europa, en cambio los consumidores europeos han obtenido una cierta ventaja en términos de mejores precios. Este proceso ha afectado en especial a la confección que es la actividad que incorpora un mayor componente salarial.

### **1.7 Aspectos estratégicos**

- El PIB chino atemperará su crecimiento, lo que puede generar serios problemas estratégicos.
- La alternativa de aumentar el consumo interno supone transferir sin demora recursos desde las empresas a las familias (reto político).
- La competitividad exportadora china se reducirá y aumentará la absorción de importaciones.
- Posibilidad de que los países desarrollados utilicen criterios medioambientales y sociales para frenar las importaciones procedentes de China.



Para mantener la producción no ha sido suficiente la experiencia ni la calidad pues el factor precio se ha convertido en el factor determinante y poco a poco ha ido cerrando muchas plantas productivas que en el pasado fueron referentes en el sector.

Con estos cierres no sólo se ha perdido empleos, sino también tecnología, conocimientos y el “buen hacer”, por lo que muchas regiones que habían constituido con mucho esfuerzo clusters de excelencia, se han visto obligadas a reconvertirse.

Los cinco grandes productores del textil-hogar europeo que son Italia, Francia, Alemania, Gran Bretaña y España tienen como objetivo afrontar una reconversión ordenada, manteniendo un equilibrio relativo de competitividad. Tampoco debe olvidarse que la creciente importancia de la cultura del medio ambiente y una aplicación más efectiva de medidas sociales deberían mejorar la competitividad de Europa.<sup>3</sup>

Así la moda ética o ecológica, una tendencia que incluye artículos que en su proceso de fabricación emplea materiales que no perjudican el medio ambiente y se elabora en unas condiciones de trabajo y salarios dignos, se está abriendo paso en el mercado.

## **1.8 Las incertidumbres del modelo chino**

China es uno de los países que más inversión exterior directa recibe y hasta ahora ha sido el principal beneficiario de la globalización. Por estas mismas razones sería uno de los países más perjudicados en caso de imponerse las tendencias proteccionistas.

La caída del consumo en USA, el incremento de los precios de producción internos por efecto de la inflación, los incrementos de salarios, la revalorización del yuan y las nuevas leyes sociales ponen en cuestión su actual modelo exportador chino. La situación es especialmente preocupante en la provincia de Guangdong, con 94 millones de habitantes, donde se encuentra la mayor concentración de industria exportadora del país.

---

<sup>3</sup> La preocupación por el impacto del textil-hogar en la conversión del medio ambiente es un tema que empieza a recibir atención institucional. Uno de los trabajos preliminares en este sentido es el “*Mapping of evidence on sustainable development Impacts that occur in the life cycles of clothing*” editado por el Gobierno británico en diciembre del 2007.)

Existe una amplia unanimidad en que la crisis actual impulsará la emergencia de China como gran potencia mundial, aunque su crecimiento económico, afectado por la caída de sus exportaciones, pueda resultar insuficiente para mantener la estabilidad política y existe el peligro de que se generen problemas sociales y que acaben convirtiéndose en problemas geoestratégicos.

Una de las alternativas consideradas es el aumento del consumo interno sobre la base de incrementar los salarios, lo que comportaría a su vez la necesidad de aumentar la protección social para reducir la tradicional propensión al ahorro de la población y así aumentar el consumo interno.

Otra alternativa sería la de impulsar la exportación de productos de más valor añadido y de mayor calidad. Sea uno u otro caso, el rol de china como principal productor del sector textil-hogar de baja calidad y precio, cambiará.

China cuenta con precios de mano de obra especialmente favorables: 1,90 \$/hora en la costa y 1,40 \$/hora en el interior, aunque en contrapartida también presenta algunos inconvenientes como son: la dificultad de encontrar productores fiables, la calidad, los plazos de envío y el elevado coste de controlar la producción.<sup>4</sup>

Así China es especialmente competitiva para grandes series de productos estándar, como por ejemplo cortinas y visillos fabricados de un solo material, pero su competitividad es menos evidente para series cortas, productos más especializados o para la pronto moda.

## **1.9 Retos de futuro**

Aunque la propia dinámica interna hará perder competitividad a China, Asia continuará como socio prioritario para las producciones de grandes series para empresas con estrategias globales. Las medianas, sin embargo, están utilizando proveedores más próximos, como los países del Magreb, de forma similar a lo que hacen las empresas americanas con respecto a México. Además hay amplia capacidad para producir series cortas de productos de alto valor añadido en países con costes laborales medios (deslocalización interna).

---

<sup>4</sup> Federación de la industria Textil, Química y Afines. Previsiones sobre la evolución del sector textil-hogar en el horizonte 2015. Disponible en World wide web <<http://www.fitega.ccoo.es>> consultado el 16 de noviembre de 2009.

### 1.10 Estrategias competitivas en el sector

- **Cambios en los productos.** El concepto de producto del textil-hogar ha cambiado radicalmente con la creciente influencia del factor moda, que es el motor del consumo en los países avanzados. Ello ha obligado a las a empresas a establecer sistemas productivos más flexibles y a la aplicación de procesos de pronto moda, para adaptarse a las preferencias cambiantes de los consumidores.
- **Deslocalización.** Las fases más manuales de la producción se han deslocalizado hacia países con menores costes laborales, como los asiáticos o los de Magreb. A su vez la logística y el diseño han ido adquiriendo mayor importancia, con lo que las empresas han ido derivando hacia actividades más cercanas a los servicios que a la propia industria.
- **Acercamiento a la distribución.** A través de redes de tiendas propias o en franquicia, con lo que se tienen más capacidad para seguir los rápidos cambios que impone el mercado de la moda y consolidar una marca.
- **Innovación en nuevos productos y procesos.** Las empresas han buscado entrar en nuevos nichos de mercados, en especial hacia los textil-hogar técnicos para automoción, sanidad, construcción, seguridad etc., cuya demanda es creciente, aunque esta tendencia a menudo choca con el nivel de inversión en tecnologías, alejamiento de los centros tecnológicos y el mundo empresarial.
- **Internacionalización.** Con la creación de verdaderas multinacionales dedicadas al textil-hogar, con asentamientos productivos, logísticos y de comercialización en diversos países, ha producido que los mercados sean más interdependientes.
- **Consumo de productos del textil-hogar.** En la demanda de este segmento influye, además la creación de nuevos hogares, por tanto la estructura demográfica de la población. Para ello se ha diseñado un modelo logarítmico que calcula el consumo de textil hogar como función del consumo final, el diferencial de precios y la formación de nuevas familias.

**CUADRO N° 1**  
**Modelo logarítmico de consumo**

$$Ch = \alpha + \beta Ct + \delta dP + \psi Fh + \varepsilon$$

Ch= consumo textil hogar, Ct= Consumo total dP= diferencial de precios,  
Fh= Formación de nuevos hogares,

**Fuente:** Fundación Protejer

Una parte considerable de la demanda del textil-hogar procede del consumo de las colectividades (hospitales, hoteles, etc), y de la existencia de una demanda industrial, especialmente de los fabricantes de muebles.

Estos dos segmentos de demanda representan actualmente un 42% del consumo total, porcentaje que se ha mantenido muy estable en los últimos años. En las previsiones se ha optado por mantener constante este porcentaje.

### **1.11 El nuevo entorno del consumo: textil - hogar**

- Reducción en la creación de nuevos hogares
- Crecimiento de grandes superficies de venta
- Aumento de las compras de reposición
- Tendencias de decoración poco propicias a los productos textil-hogar

Las previsiones están condicionadas por un nuevo entorno marcado por una disminución en la creación de nuevos hogares y viviendas y por la aparición de nuevas tendencias decorativas menos proclives a utilizar material textil.

### **1.12 Los modelos de competitividad del sector hogar-textil**

En el sector de confecciones a nivel mundial se presentan dos modelos de competitividad: moda de alta calidad y producción masiva.

- **Moda de alta calidad**

En este segmento la industria se caracteriza por moderna tecnología, trabajadores y diseñadores relativamente bien remunerados y un elevado grado de flexibilidad. La ventaja competitiva de las firmas en este segmento de mercado se relaciona con la capacidad de producir diseños que capturan los gustos y preferencias.

Las firmas que participan de este segmento de mercado están situadas en países desarrollados y a menudo en áreas geográficas limitadas o clusters dentro de estos países.

- **Producción masiva**

Se trata de un segmento productor de bienes de calidad inferior y/o estándares. Las fábricas estan en gran medida en países en vías de desarrollo, a menudo en zonas francas.

Emplean principalmente mano de obra femenina, frecuentemente con bajo grado de calificación y es común la tercerización de la producción a talleres hogareños.

Corea del Sur es un claro ejemplo de este modelo, dado que este país promovió al sector a través de un programa de industrialización. Este programa consistió en inversiones en educación, infraestructura, tecnología y promoción a las exportaciones.

Este modelo de competitividad basado en bajos costos ha sido imitado por otros países como China, cuyas exportaciones de cortinas se encuentran en franco crecimiento.

Del **CUADRO N° 2** se infiere, ratificando los análisis previos que:

- El comercio intra-regional continúa siendo aún significativo a la hora de exportar estos productos.
- Las exportaciones de Asia a América y Europa verifican un crecimiento significativo en función de sus bajos costos de producción.

Las exportaciones de América del Norte, y del resto de Europa al resto del mundo indican tanto la potencia del “comercio preferencial” como la búsqueda de localizaciones de menores costos de producción al amparo de ese tipo particular de comercio, aunque el estancamiento más reciente de la tasa de crecimiento de las exportaciones de América Latina es perceptible comparada con la primer mitad de la década pasada.

## CUADRO N° 2

**Tendencias de las exportaciones mundiales de cortinas período analizado y participación de las importaciones mundiales de cortinas por país (2004-2008)**

<b>Importaciones totales y principales mercados</b>							
<b>Valores: miles de U\$S CIF</b>							
<b>Posición arancelaria: 630399</b>							
<b>Descripción: visillos, cortinas, guardamalletas y rodapiés de cama, de materia textil, excluidos de punta</b>							
<b>País exportador</b>	<b>Valores</b>						<b>Part. % promedio 2004/2008</b>
	2004	2005	2006	2007	2008	2004/2008	
CHINA	7.573	16.297	22.707	25.230	47.821	119.628	19,80%
INDIA	5.131	6.831	12.931	17.568	24.138	66.599	11,02%
EEUU	7.543	8.337	9.517	6.883	4.925	37.205	6,16%
TURQUIA	6.435	4.988	4.490	8.303	11.282	35.498	5,88%
TUNEZ	3.647	3.951	5.208	9.087	12.549	34.442	5,70%
FRANCIA	2.974	5.748	5.979	5.939	6.329	26.969	4,46%
PAKISTAN	3.107	4.698	3.784	5.944	6.402	23.935	3,96%
TAIWAN (POC)	4.337	4.352	3.538	3.014	7.174	22.415	3,71%
MEJICO	463	4.357	4.025	7.227	3.690	19.762	3,27%
ALEMANIA	3.869	3.019	3.886	3.886	3.881	18.541	3,07%
POLONIA	738	2.749	7.009	3.822	3.572	17.890	2,96%
ITALIA	2.196	4.252	3.787	3.861	3.089	17.185	2,84%
ESPAÑA	2.344	3.218	3.223	3.817	1.850	14.452	2,39%
TAILANDIA	1.357	2.013	1.714	3.429	5.083	13.596	2,25%
REINO UNIDO	1.706	2.456	2.035	2.066	2.957	11.220	1,86%
PAISES BAJOS	2.156	1.365	1.558	1.520	2.293	8.892	1,47%
LITUANIA	829	1.464	796	1.780	2.529	7.398	1,22%
BANGLADESH	111	97	509	2.887	3.777	7.381	1,22%
BELGICA	1.306	3.018	1.551	594	810	7.279	1,20%
RUSIA	10	593	1.310	2.347	2.656	6.916	1,14%
ESTONIA	1.601	1.236	1.644	1.335	817	6.633	1,10%

Fuente: PC-TAS Intracen. Ministerio de Comercio Internacional y culto

La simple observación del cuadro precedente pone en evidencia el peso que dentro del total de las exportaciones de cortinas tienen las exportaciones de China, India y USA para con el resto del mundo convirtiéndose de esta forma en los principales proveedores de estas manufacturas.

## **CAPITULO II**

### **EL MERCADO NACIONAL DE CORTINAS**

#### **2 Análisis del sector argentino de cortinas**

En lo que se refiere a la Argentina<sup>5</sup>, el sector hogar-textil y dentro de él, las cortinas que se estudia en este informe, atravesaron durante la mayor parte de la década de los noventa y comienzos del siglo XXI su mayor crisis en más de cincuenta años.

Sin embargo y, afortunadamente para el sector, la salida de la convertibilidad posibilitó un fuerte cambio en los precios relativos a favor de los bienes comercializables internacionalmente, además de un importante abaratamiento del costo laboral y de las tarifas de los servicios públicos en términos internacionales. En los hechos, esto actuó como incentivo para la sustitución de importaciones y la expansión de las exportaciones de los productos manufacturados que viene desarrollando nuestro país y que ha tenido excelentes resultados al cierre del año 2009 y habiéndose paralelamente reinstalado retenciones impositivas sobre las exportaciones de materia prima.

---

<sup>5</sup> Fuente: Evaluación de un escenario posible y deseable de reestructuración y fortalecimiento del Complejo Textil argentino, CEPAL Oficina de Buenos Aires, Octubre de 2008.



Además, el sector textil-hogar argentino ha dado respuesta con un fuerte aumento de sus niveles de producción a la nueva configuración de precios relativos, a la que se suma una reactivación del consumo que es posterior a la estabilización relativa de la situación macroeconómica nacional, habiéndose saturado la capacidad disponible en algunos ámbitos productivos del sector.

La venta de cortinas ha jugado parte importante en este sector, de igual forma existe la posibilidad de plantear un negocio tanto en la elaboración como en la comercialización de dicho elemento.

El sector presenta una amplia diversificación de las producciones de “cortinas”, debido a que existe una oferta textil local para el funcionamiento de esta industria, que en este caso ha pasado a ser una cuestión “no central”, ya que si las empresas cuentan con una buena logística de importación directa o indirecta, esta situación se diferencia y adquiere cierta relevancia en aquellas industrias que deben atender demandas del tipo “respuesta rápida”.

Las industrias del sector se diferencian básicamente por la escala de producción, esto es, entre aquellas que manufacturan grandes volúmenes con alto grado de estandarización, y aquellas otras que se concentran en la diferenciación de producto a escalas más reducidas. Sin embargo, esto es creciente, en particular en los mercados centrales (EE.UU., U.E y China), la incorporación de valor por vía del diseño y las marcas, estas últimas, son una combinación de calidad de la confección y diseño. Esto ha venido transformándose en una cuestión que ha adquirido centralidad en el desarrollo de este sector.

De cualquier manera existen fuertes indicios que, por vía asociativa con sus clientes y decoradores reconocidos, los grandes productores se van transformando progresivamente en proveedores de estos productos cada vez más sofisticados y con mayor tecnología.

Los modelos organizacionales de esta industria son variados:

- Productor que comercializa directamente en el nivel minorista.
- Productor que vende al comercio mayorista (incluidos *traders* de comercio exterior) y/o minorista (que incluye en algunos rubros a hipermercados y/o grandes cadenas comerciales especializadas en la venta de cortinados y persianas).
- Grandes comercializadores o hipermercados que contratan la confección –con ó sin diseño y/o marca propia- con empresas de la industria de cortinados y persianas.
- Distintas combinaciones de los tipos anteriores.

En síntesis existen muchas empresas que se reparten el mercado con productos iguales, con las mismas materias primas. La diferenciación está basada en la calidad, el servicio y el precio con el que se pretenderá ingresar al mercado meta.

## **2.1 Análisis de la producción argentina**

La industria local de la producción de cortinas es característicamente pequeña y mediana. El último censo económico (2005) registró 1.796 establecimientos que ocupaban, en promedio, 8,4 operarios por establecimiento, situación que no se ha modificado substancialmente a posteriori.

La dispersión geográfica del sector es amplia, impulsada en parte por las políticas públicas que han favorecido la localización productiva en determinadas provincias; y es elevada la heterogeneidad de producto como en la mayoría de los países productores de estos bienes.

Su naturaleza, mano de obra intensiva, determina bajo las condiciones previas, que las barreras de entrada y salida del sector sean comparativamente bajas en relación a otros sectores manufactureros; ello explica en parte una elevada rotación empresarial.

La demanda interna del sector es sumamente elástica a cambios en el ingreso y por ende está fuertemente correlacionada con el ciclo económico y los cambios en el poder adquisitivo de la población.

## **2.2 Exportaciones argentinas de cortinas**

Las exportaciones de cortinas constituyen una proporción baja del producto sectorial, esta performance reconoce distintas explicaciones:

- Las ligadas a la política macroeconómica respecto de las importaciones de insumos, los altos requisitos de acceso a la financiación, la falta de información en cuanto a las herramientas y métodos de exportación.
- Otro aspecto importante es la falta de continuidad en los mercados que registraban alguna presencia exportadora anterior, consecuencia directa de los factores previos, cuya reanudación no es fácil en un medio en el que el cambio de tendencias y la tecnología juegan un rol sumamente importante.

### 2.3 Análisis de las exportaciones argentinas de cortinas en los últimos nueve años

- Posición arancelaria: 63.039.900.000M
- Descripción: “De las demás materias textiles. Los demás. Visillos y cortinas, guardamalletas y artículos similares para camas. Los demás artículos textiles confeccionados; conjuntos o surtidos; prendería y trapos” Según nomenclatura común del MERCOSUR (NCM).

#### CUADRO N° 3

##### Participación de las exportaciones argentinas de cortinas por año

Ejercicio anual	Cantidad (kg.)	Valor (USD)	Movimientos
2009	6.250,90	123.023,25	173
2008	4.789,78	39.509,16	97
2007	2.542,65	74.876,63	72
2006	1.088,35	39.509,16	37
2005	636,08	7.665,70	13
2004	898,09	5.238,23	13
2003	636,49	3.880,30	11
2002	941,69	6.085,16	15
2001	180,71	7.689,12	6
2000	12	57	1
<b>Total</b>	<b>17.976,74</b>	<b>307.533,71</b>	<b>438</b>

Fuente: Scavage / Argentina “en base a datos de la D.G.A.”. 2009 datos actualizados a Julio

En el cuadro precedente, se observa un análisis de los últimos nueve años cumplidos, sobre la temática de las exportaciones argentinas de cortinas. En el se destaca, que en el año 2009 las exportaciones arrojaron un monto de U\$S 123.023,25, resultando esta la mayor cantidad de los últimos nueve años analizados.

**CUADRO N° 4****Participación de las exportaciones de cortinas por países para el año 2009**

<b>País de destino</b>	<b>Cantidad (kg.)</b>	<b>Valor (USD)</b>	<b>Movimientos</b>
Uruguay	2.500,91	72.544,32	106
Chile	965,56	27.920,46	12
Estados Unidos	1.040,10	14.005,41	19
España	478,95	2.934,95	13
Grecia	94,52	1.647,65	2
Italia	416,44	1.202,60	4
Guyana Francesa	545,05	772,40	1
Territorio británico	4,00	480,00	1
Reino Unido	21,10	420,30	2
Francia	3,50	396,08	1
Irlanda	70,00	300,00	1
México	3,00	125,00	1
Colombia	20,18	82,00	2
Japón	2,50	58,28	1
Paraguay	65,73	40,00	1
Rusia	4,00	38,00	2
No declarado	8,00	18,80	1
Canadá	1,70	17,00	1
Venezuela	0,16	10,00	1
Alemania	5,50	10,00	1
<b>Total</b>	<b>6.250,90</b>	<b>123.023,25</b>	<b>173</b>

Fuente: Scavage / Argentina “en base a datos de la D.G.A.”

Como se puede ver en el **CUADRO N° 4**, el principal importador de cortinas argentinas de los últimos 10 años es Uruguay esto se debe a que la concentración de productores se ubican en la ciudad autónoma de Buenos Aires. Por lo tanto la locación geográfica de ambos y el agregado de que los dos países pertenecen al bloque del *MERCOSUR*, permiten una eficiente retroalimentación de exportación.

Ahora, en cuanto a Chile como mercado objetivo, aparece en segundo lugar motivado principalmente por el tipo de cambio y los bajos costos de logística internacional.

La importaciones chilenas se han mantenido constantes en estos ultimo años como muestran los cuadros analizados, pero su participación en importaciones es aun sensiblemente menor comparado con Uruguay.

#### **2.4 Importaciones argentinas de cortinas**

Las mayores importaciones Argentinas de cortinas son originarias de Taiwán y China como muestran los cuadros subsiguientes. La explicación fundamental está ligada a los bajos precios, que en promedio resultan un 20% más bajos del resto de los orígenes de importación.

Ahora, en algunos casos, los precios de dichas importaciones están condicionados por los aumentos de fletes internacionales y logística en general.

También, un detalle a tener en cuenta son las restricciones y altos aranceles impuestas por Argentina en materia de importación de estos productos.

Por otra parte, es interesante destacar que en tercer lugar las importaciones provienen de Brasil y, por lo tanto, esa mercadería ingresa a nuestro país libre de aranceles y de esta forma con precios competitivos.

En general el ingreso de estos productos dependerá en gran medida de la moda y tecnología que esté demandando el consumidor final.

#### **2.5 Análisis de las importaciones argentinas de cortinas en los últimos nueve años**

- Posición arancelaria: 63.039.900.000M
- Descripción: “De las demás materias textiles. Los demás. Visillos y cortinas, guardamalletas y artículos similares para camas.

Los demás artículos textiles confeccionados; conjuntos o surtidos; prendería y trapos” Según nomenclatura común del MERCOSUR (NCM).

**CUADRO N° 5**  
**Participación de las importaciones argentinas de cortinas por año**

<b>Ejercicio anual</b>	<b>Cantidad (kg.)</b>	<b>Valor (USD)</b>	<b>Movimientos</b>
2009	133.386,21	863.285,01	95
2008	54.456,78	309.786,34	13
2007	62.895,75	431.656,76	18
2006	5.229,82	14.958,49	11
2005	12.338,05	42.468,65	14
2004	8.340,97	48.625,32	10
2003	9.789,66	75.853,35	9
2002	113,72	9.786,40	2
2001	16.400,33	86.443,67	13
2000	12.339,24	99.546,84	8
<b>Total</b>	<b>315.290,53</b>	<b>1.982.410,83</b>	<b>193</b>

**Fuente:** Scavage / Argentina "en base a datos de la D.G.A

En el cuadro precedente, hay un análisis numérico de los últimos nueve años cumplidos, sobre la temática de las importaciones argentinas cortinas. En el se destaca, que en el año 2009 las importaciones arrojaron un monto de U\$S 863.285,01 resultando esta la mayor cantidad de los últimos nueve años analizados.

## CUADRO N° 6

## Participación de las importaciones argentinas de cortinas por país para el año 2009

País de origen	Cantidad (kg.)	Valor (USD)	Movimientos
Taiwán	58.084,80	509.626,16	11
China, República Popular de	60.623,73	257.310,46	48
Brasil	1765,50	34.885,18	12
India	3.730,16	23.837,90	6
Inexistente (BA)	93,72	9600,00	1
Corea, República de	3.082,50	8.720,43	1
Malasia	5334,00	6.803,66	1
Estados Unidos	43,09	4.925,74	1
Bélgica	35,64	3.189,85	1
Panamá	428,87	2.616,70	3
Francia	14,26	670,95	4
Alemania	10,00	503,32	1
Tailandia	8,64	316,80	1
Indonesia	110,59	180,64	1
Área aduanera especial de Tierra del Fuego	6,70	49,83	1
España	12,51	37,00	1
Italia	1,50	10,39	1
<b>Total</b>	<b>133.386,21</b>	<b>863.285,01</b>	<b>95</b>

Fuente: Scavage / Argentina "en base a datos de la D.G.A."

Como se observa en el cuadro anterior Taiwán se presenta en el primer lugar respecto de los países analizados exponiendo un monto de USD 509.626,16 de importaciones argentinas.

## **CAPITULO III**

### **MERCADO OBJETIVO: CHILE**

#### **3 Ficha técnica del país**

- Capital (y ciudad más poblada) : Santiago de Chile
- Idioma oficial : español
- Forma de gobierno: República democrática presidencial
- Presidente: Sebastián Piñera
- Independencia de España
  - Primera Junta: 18 de septiembre. de 1810
  - Declarada: 12 de febrero. de 1818
  - Reconocida: 25 de abril. de 1844
- Superficie: puesto 38º
  - Total: 756.096,3<sup>2</sup> km<sup>2</sup>
  - % agua: 0,0107



- Fronteras: 6.171 km
- Población total: puesto 60°
  - Total: 17.094.275 (2010 est.)
  - Densidad: 22,62 hab/km<sup>2</sup>
- PIB (nominal) puesto 47°
  - Total (2008): USD 169.458 millones
  - PIB per. cápita: USD 10.117
- PIB (PPA) puesto 44°
  - Total (2008): USD 243.357 millones
  - PIB per. cápita: USD 14.529
- Moneda: Peso chileno (\$, CLP)

### **3.1 Situación política**

#### **3.1.1 Principales fuerzas políticas y su presencia en las instituciones**

Chile es una república democrática presidencialista. La administración del Estado está centralizada. No obstante, existen 14 regiones administrativas más la región Metropolitana, después de que en abril de 2007 entraran en vigor las leyes 20.174 y 20.175, en las que se crean dos nuevas regiones: la XIV región de los Ríos, que hasta marzo de 2007 formó parte de la X región de los lagos, y la XV región de Arica-Parinacota, que hasta dicha fecha formaba parte de la I región de Tarapacá. La capital del Estado es Santiago. El Gobierno está en Santiago y el Parlamento en Valparaíso, V Región. El Parlamento es bicameral: Cámara de Diputados, 120 miembros, y Senado, 38 miembros. La duración del mandato presidencial es de 4 años, sin posibilidad de reelección inmediata.

Los principales partidos políticos son los partidos integrantes de la coalición gobernante, Concertación, y de la oposición parlamentaria, Alianza por Chile. La coalición gobernante está integrada por el Partido Socialista (PS), Partido Demócrata Cristiano (PDC), Partido por la Democracia (PPD) y Partido Radical Social Demócrata (PRSD). La oposición parlamentaria está integrada por el partido de Renovación Nacional (RN), de centroderecha, y el Partido Unión Demócrata Independiente (UDI), de derecha. El Partido Comunista (PC) y el Partido Humanista (PH) son minoritarios.

### 3.2 Una mirada a la economía de Chile

La economía chilena es conocida internacionalmente como una de las más sólidas del continente. A pesar de que a lo largo de su historia ha enfrentado diversos períodos de crisis, en los últimos años ha tenido un importante y sostenido crecimiento.

El modelo económico neoliberal, que fue implantado durante el régimen militar, se ha mantenido por los gobiernos concertacionistas, que sólo le han hecho cambios menores para costear los programas sociales del gobierno.

Tras años aislados, Chile en la actualidad es un mercado abierto al mundo, con una economía caracterizada por la exportación y la explotación de materias primas.

Conforme a datos del Banco Central de Chile, durante 2006, las exportaciones llegaron a los US\$58.116 millones aumentando 40,70% respecto a 2005, principalmente debido a los diversos tratados firmados con la Unión Europea, Estados Unidos, Corea del Sur, el acuerdo P4 y China, sus principales socios comerciales, y a la integración a diversos foros económicos como la APEC, el MERCOSUR o la Comunidad Andina, donde es miembro asociado. Por otro lado, las importaciones alcanzaron una cifra de US\$ 35.973 millones. El PBI en su valor nominal, llegó a los US\$ 145.845 millones y el PBI per cápita a los 8.875 dólares.<sup>6</sup>

Según el FMI, el PBI per cápita chileno en valores nominales estimado para 2007 fue el más alto de América latina y el segundo tras Argentina al comparar con valores ajustados por paridad de poder adquisitivo. A su vez, el crecimiento total del PBI fue de un 4% y la inflación de 2,60%.

El principal producto comercial es la minería del cobre, el cual satisface el 36% del mercado mundial. Aunque también es importante la explotación de otros recursos como molibdeno, plata y oro.

La extracción cuprífera representa, en la actualidad, el 30% de las exportaciones del país, la que en 1970 llegaba a más del 60% de éstas. La empresa nacional Codelco Chile es una de las mineras más grande del mundo y explota algunos de los principales yacimientos del país, como Chuquibambilla y El Teniente. La minería es la principal actividad económica de las regiones de Tarapacá, Antofagasta y Atacama y es de gran importancia en la región de Coquimbo, Valparaíso y O'Higgins.

---

<sup>6</sup> Informe Económico y Comercial 2009 elaborado por la oficina Económica y Comercial del Banco Central de Chile. Disponible en world wide web <<http://www.bcentral.cl>> consultado el 12 de diciembre de 2009

En la región de Magallanes, la explotación de yacimientos de petróleo es de suma importancia para el abastecimiento interno.

El principal producto comercial es la minería del cobre, el cual satisface el 36% del mercado mundial. Aunque también es importante la explotación de otros recursos como molibdeno, plata y oro, esta actividad económica se realiza en las regiones de Tarapacá, Antofagasta y Atacama y es de gran importancia en la región de Coquimbo, Valparaíso y O'Higgins.

La extracción cuprífera representa, en la actualidad, el 30% de las exportaciones del país, la que en 1970 llegaba a más del 60% de éstas.

La empresa nacional Codelco Chile es una de las mineras más grande del mundo y explota algunos de los principales yacimientos del país, como Chuquicamata y El Teniente.

En la Región de Magallanes, la explotación de yacimientos de petróleo es de suma importancia para el abastecimiento interno.

### **3.3 Importancia económica del país en su región**

Chile es un país relativamente pequeño, en comparación con sus vecinos, con una población en torno a los 16,60 millones de habitantes y con una desigual distribución de la renta, lo que limita aún más el tamaño efectivo del mercado. Sin embargo, su crecimiento sostenido a una tasa media anual de 5,50% durante el período 1990-2007, y su consolidada recuperación tras la crisis asiática, le convierte en el país más dinámico de la región.

Frente a otros países de la zona, Chile es económica y políticamente estable. Esta confianza que genera le hace ser un gran receptor de inversión extranjera, si lo comparamos con el pequeño tamaño de su mercado, aunque los flujos se han visto reducidos como resultado de la coyuntura económica internacional y regional desde el año 2000, situándose como cuarto receptor de inversión exterior en Iberoamérica, por detrás de Argentina, México y Brasil.

El Gobierno, con el programa “Chile: plataforma de inversión”, tiene como objetivo que empresas extranjeras se establezcan en el país y conviertan a Chile en centro de sus operaciones de la región. El programa contempla incentivos tributarios, de forma que las empresas extranjeras que inviertan en terceros países desde su principal base de operaciones establecida en Chile, no tributan en este país por las rentas obtenidas en terceros países.

No obstante, este proyecto, que fue anunciado como un importante dinamizador de la inversión extranjera en el país, está encontrando muy poco eco entre los empresarios extranjeros y son muy pocas las empresas que se han acogido a estos beneficios. Otro de los puntos para calibrar la importancia de Chile en la región es la situación macroeconómica, además de su acertada política económica llevada a cabo por los diferentes gobiernos.

Por tanto, el país ha llevado a cabo las reformas necesarias, posee una estabilidad (tanto económica como social y política) muy superior al resto de países de la zona y ofrece un marco jurídico claro para la inversión. Todo esto hace que su importancia como destino de inversiones y como potencia económica regional esté muy por encima de lo que le correspondería, dado el tamaño de su mercado. No obstante, no hay que olvidar que este reducido tamaño hace que la economía chilena no pueda compararse a las economías argentina o brasileña. De hecho, mientras Chile ha recibido cerca de US\$ 14.000 millones de inversión española, las cifras para Argentina y Brasil se sitúan por encima de los US\$ 34.000 millones.<sup>7</sup>

### **3.4 Evaluación de las principales variables económicas**

La economía chilena, conducida por un firme compromiso por parte del gobierno hacia la liberación de mercado, la transparencia, y la responsabilidad fiscal, ha experimentado una amplia transformación durante el último cuarto de siglo. La apertura hacia el comercio y las inversiones, junto con la estabilidad institucional han dado fruto a un elogiado modelo económico.

El **CUADRO N° 7** expone sus principales indicadores económicos.

---

<sup>7</sup> Informe Económico y Comercial 2009 elaborado por la oficina Económica y Comercial del Banco Central de Chile. Disponible en world wide web <<http://www.bcentral.cl>> consultado el 12 de diciembre de 2009

## CUADRO N° 7

## Principales indicadores económicos de Chile

<b>INDICADORES ECONOMICOS ECONÓMICOS</b>	<b>2006</b>	<b>2007</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>
<b>PIB</b>				
PIB (MUSD a precios corrientes)	95.819,00	118.976,00	145.843,00	163.913,00
Tasa de variación real (%)	6,00	5,60	4,30	5,10
Tasa de variación nominal (%)	7,50	7,60	12,40	4,90
<b>INFLACIÓN</b>				
Media anual (%)	1,10	3,00	3,40	4,40
Fin de período (%)	2,40	3,70	2,60	7,80
<b>TIPOS DE INTERÉS DE INTERVENCIÓN DEL BANCO CENTRAL</b>				
Media anual (%)	1,90	3,30	5,00	5,30
Fin de período (%)	2,25	4,50	5,25	6,00
<b>EMPLEO Y TASA DE PARO</b>				
Población (x 1.000 habitantes)	16.093,40	16.267,30	16.432,70	16.598,10
Población activa (x 1.000 habitantes)	6.607,70	6.798,40	6.802,70	6.944,20
% Desempleo sobre población activa	10,00	9,20	7,80	7,10
<b>SUPERÁVIT (+) / DÉFICIT (-) PÚBLICO</b>				
% de PIB	2,20	4,80	7,90	8,70
<b>DEUDA PÚBLICA</b>				
en MUSD	11.121,00	9.371,00	7.666,00	7.094,00
en % de PIB	10,70	7,30	5,30	4,10
<b>EXPORTACIONES DE BIENES</b>				
en MUSD	32.520,30	41.266,90	58.485,50	67.643,80
% variación respecto a período anterior	50,10	26,90	41,70	15,70
<b>IMPORTACIONES DE BIENES</b>				
en MUSD	22.935,20	30.492,30	35.898,60	43.990,90
% variación respecto a período anterior	27,80	32,90	17,70	22,50
<b>SALDO B. COMERCIAL</b>				
en MUSD	9.585,20	10.774,60	35.898,60	23.652,90
en % de PIB	10,00	9,10	17,70	14,40
<b>SALDO B. CUENTA CORRIENTE</b>				
en MUSD	2.074,50	1.448,90	22.586,90	7.199,70
en % de PIB	2,20	1,20	15,50	4,40
<b>DEUDA EXTERNA</b>				
en MUSD	43.517,00	44.934,00	6.838,20	54.146,00
en % de PIB	45,40	39,00	4,70	33,00
<b>SERVICIO DE LA DEUDA EXTERNA</b>				
en MUSD	9.017,00	8.072,00	12.014,00	12.014,00
en % de exportaciones de b. y s.	23,60	16,70	15,70	15,70
<b>RESERVAS INTERNACIONALES</b>				
en MUSD	16.016,00	16.963,00	19.429,00	16.910,00
en meses de importación de b. y s.	6,50	5,30	5,30	3,80
<b>INVERSIÓN EXTRANJERA DIRECTA</b>				
en MUSD	6.754,00	3.827,50	5.928,30	7.340,10
<b>TIPO DE CAMBIO FRENTE AL DÓLAR</b>				
media anual	609,50	559,80	530,30	522,50
fin de período	576,20	514,30	527,60	499,30

### 3.4.1 Producto bruto interno

Durante 2008, el PIB chileno creció un 4,30%, de acuerdo con la nueva compilación de referencia de las cuentas nacionales. En 2009, el PIB cerró el año con un crecimiento del 5,10%, en torno al crecimiento potencial. La demanda interna aumentó un 7,8%, impulsada principalmente por el consumo (7,40%), sobre todo, el consumo privado (7,70%) y la formación bruta de capital fijo que, tras el parco crecimiento de 2008 (2,90%), ha vuelto a retomar un mayor dinamismo en 2009, con un incremento del 11,90%. Dicho incremento se explica por el fuerte aumento (15,50%) del componente maquinaria y equipos y el alza de 8,90% en construcción y otras obras. Por su parte, el consumo del gobierno aumentó un 5,80%. Dentro del consumo privado, destaca el importante incremento del consumo de bienes duraderos que en 2009 registró un aumento de 17,20%.

Por otra parte, los sectores de la economía que experimentaron una caída fue electricidad, gas y agua (-10,70%) y pesca (-0,10%). Los sectores que registraron un mayor crecimiento fueron: comunicaciones (13,40%), seguido por construcción (8,30%), servicios financieros (7,80%), productos metálicos, maquinaria y equipos (7,60%), comercio, restaurantes y hoteles (6,50%) y transporte (5,90%). Dentro de la industria manufacturera, destaca el aumento del 18,40% del sector de papel e imprentas.<sup>8</sup>

### 3.4.2 Sector primario

- **Agropecuario-forestal**

En 2009, el sector creció un 4%, siendo el sector forestal y la fruticultura las actividades con mayor incidencia. El crecimiento del sector forestal fue determinado por el dinamismo de la celulosa, gracias a la incorporación de dos nuevas plantas. La fruticultura se apoyó en las exportaciones. Por su parte, la agricultura presentó un ligero aumento, así como la actividad pecuaria, debido al crecimiento del sector porcino. La participación del sector agropecuario-forestal en el PIB es del 3,80%.

---

<sup>8</sup> Informe Económico y Comercial 2009 elaborado por la oficina Económica y Comercial del Banco Central de Chile. Disponible en world wide web <<http://www.bcentral.cl>> consultado el 12 de diciembre de 2009

- **Pesca y acuicultura**

La actividad pesquera, con una participación del 1,10% del PIB, registró una caída del 0,10%, debido al débil desempeño de la pesca extractiva y de los centros de cultivo. La acuicultura se vio afectada por el debilitamiento de los precios internacionales del salmón por el aumento de la oferta noruega y la aparición de virus.

- **Minería**

El sector minero, con una participación del 7,30% del PIB, registró un crecimiento de 3,70% en 2009, resultado que estuvo determinado por el crecimiento del 3,50% del cobre y del 4,20% por parte del resto de subsectores.

Chile es el mayor productor mundial de cobre, con un tercio de la producción mundial (el sector del cobre supone un 6% del PIB y más del 45% de sus exportaciones en términos nominales). En los últimos tiempos, el precio del cobre ha experimentado un aumento considerable, triplicándose desde 2003, debido a la recuperación económica de los principales consumidores de dicho metal, como China, EE.UU. y Japón. Asimismo, la producción de cobre deja un importante subproducto, el molibdeno, cuya producción está aumentando en los últimos años.

Dentro de la minería distinta a la del cobre, destacó el aumento de la actividad en la minería de plata, que superó en un 30% la del año anterior, gracias a la operación de un nuevo yacimiento. Los efectos negativos provinieron de la actividad carbonífera y de los hidrocarburos.

### **3.4.3 Sector secundario**

La industria manufacturera representa aproximadamente el 16,10% del PIB. En 2007, la actividad industrial se expandió un 2,50%. Dentro de la industria manufacturera, destaca el crecimiento de papel e imprentas (18,40%), debido a la entrada en funcionamiento de dos nuevas plantas de celulosa; productos metálicos, maquinaria y equipos (7,60%), así como el subsector de alimentos, bebidas y tabacos (2,60%), siendo este último la rama industrial con mayor incidencia en el PIB (4,80%). El resto de subsectores experimentaron crecimientos negativos.

### **3.4.4 Sector terciario (servicios)**

Dentro de este sector, destacan los servicios financieros, que representan un 16,20% del PIB de 2007 y experimentaron un aumento del 7,80%. Electricidad, gas y agua, que representa un 2,40% del PIB, disminuyó un 10,70%, debido a la caída en la actividad eléctrica por el menor valor añadido en el componente de generación eléctrica, debido a la escasez de gas natural y de agua y un aumento de las fuentes térmicas, que utilizan combustibles menos eficientes. La generación hidroeléctrica cayó un 20,70%. La facturación de gas disminuyó debido a la restricción de gas natural argentino, que alcanzó sus niveles más severos durante ese año.

La construcción, con una participación del 7,20% del PIB, aumentó un 8,30%, debido a la recuperación de las obras de ingeniería, basadas principalmente en el desarrollo de diversos proyectos energéticos entre ellos, la construcción de una planta de licuefacción de gas natural y proyectos de generación eléctrica y de la gran minería del cobre. Los proyectos forestales registraron una disminución, debido a la conclusión de la etapa de construcción de las plantas de celulosa.

La edificación, por su parte, mostró un crecimiento moderado, con un mayor dinamismo en el subsector de locales comerciales y supermercados.

El comercio, junto a la hostelería, aportó el 10,50% del PIB, con un aumento del 6,50% en 2007, impulsado, en el caso del sector comercio, por el comercio automotor, así como por las ventas del comercio mayorista y minorista, en particular, las grandes tiendas, seguidas por farmacias y supermercados. Dentro del comercio mayorista, la rama de maquinaria y equipos mostró un alto crecimiento.

El sector de transporte, que representa el 7,10% del PIB, creció un 5,90%, destacando el aumento de dos dígitos del transporte aéreo. Los demás tipos de transporte tuvieron aumentos moderados.

El sector de las comunicaciones, que representa el 2,60% del PIB, creció un 13,40%, debido al dinamismo de la telefonía móvil. El subsector de telefonía fija y de larga distancia sufrió una contracción y el resto de los subsectores tuvieron un buen desarrollo.



### **3.5 Moneda. Evolución del tipo de cambio**

El peso chileno se caracterizó durante mucho tiempo por ser una moneda relativamente estable, con un tipo de cambio respecto al dólar sin grandes altibajos. Sin embargo, desde mediados de 2002, en que superó por primera vez la barrera de los 700 pesos/dólar, la moneda ha fluctuado notablemente. En 2003, el tipo de cambio promedio fue de 691,40 pesos por dólar, que fue disminuyendo hasta situarse en un promedio anual de 559,77 pesos/dólar en 2005 y 530,28 pesos/dólar en 2006. El tipo de cambio promedio del dólar en 2007 fue de 522,47 pesos, cerrando en diciembre de ese año con un tipo de cambio 499,28 pesos/dólar.<sup>9</sup>

### **3.6 Comercio exterior de bienes y servicios**

El saldo de la balanza de bienes y servicios en 2008 fue de US\$21.958,90 millones. Las exportaciones de bienes alcanzaron los US\$58.485,50 millones y las exportaciones de servicios, US\$7.824,30 millones. Las importaciones de bienes totalizaron US\$35.898,60 millones y las de servicios, US\$8.452,40 millones. En 2009, el saldo de la balanza comercial de bienes y servicios fue de US\$22.491,40 millones. Las exportaciones de bienes alcanzaron los US\$67.643,80 millones y las exportaciones de servicios, US\$8.785,50 millones. Las importaciones de bienes totalizaron US\$43.990,90 millones y las de servicios, US\$9.947,10 millones.<sup>10</sup>

#### **3.6.1 Apertura comercial**

El índice de apertura del mercado chileno ha crecido sostenidamente en los últimos años, cifrándose en 57,90% en 2004, 60,30% en 2005, 64,50% en 2006 y 68,10% en 2009. En la actualidad, el arancel general es el 6% (el arancel consolidado en la OMC es el 25%). El arancel efectivo ha ido disminuyendo progresivamente en los últimos años hasta situarse en 2009 en una tasa promedio del 1,50%. No obstante, la intensidad del citado descenso difiere según el tipo de bien.

---

<sup>9</sup> Informe Económico y Comercial 2009 elaborado por la oficina Económica y Comercial del Banco Central de Chile. Disponible en world wide web <<http://www.bcentral.cl>> consultado el 12 de diciembre de 2009

<sup>10</sup> *Ibidem*

Así, el arancel promedio aplicable a los bienes de capital es el 1,20%, mientras que el aplicable a los bienes intermedios y de consumo se cifra en el 1,30% y 2,50%.

El arancel efectivo de los productos procedentes de la Unión Europea fue el 0,70% en 2005. En 2008 y 2009, alrededor del 95% de los productos comunitarios han ingresado a Chile libres de arancel.<sup>11</sup>

### 3.6.2 Principales socios comerciales

Iberoamérica concentró un 30,40% del total de importaciones (FOB) en 2009. El crecimiento de las importaciones desde la región fue de 10,90%, alcanzando un valor de US\$13.307,2 millones, destacando aquellas provenientes de Brasil, Argentina, Perú y México, que representaron un 83,4% del total de esa zona, y cuyas tasas de crecimiento fueron positivas: 6,40%, -3,90%, 17,90% y 35,60%, respectivamente, excepto Argentina. Por otro lado, Estados Unidos y Asia tuvieron tasas de crecimiento de 30,10% y 44,9%, respectivamente. En Asia, con una participación del 23,60% y un total de US\$10.335,10 millones, destaca el aumento de las importaciones procedentes de China (38,70%). Las importaciones provenientes de la Unión Europea, con US\$5.638,40 millones, representaron un 12,90% del total, y registraron un crecimiento del 15%.

#### CUADRO N° 8

##### Chile: principales países proveedores de productos (2007-2009)

Puesto	Países	2007		2008		2009	
		U\$S	%	U\$S	%	U\$S	%
1	ESTADOS UNIDOS	4.427,50	14,60	5.256,90	14,60	6.840,40	15,60
2	CHINA	2.325,80	7,70	3.231,70	9,00	4.483,80	10,20
3	BRASIL	3.524,20	11,60	3.961,20	11,00	4.216,20	9,60
4	ARGENTINA	4.407,30	14,50	4.107,00	11,40	3.945,70	9,00
5	COREA DEL SUR	986,30	3,20	1.521,30	4,20	2.894,40	6,60
6	PERU	1.085,00	3,60	1.397,30	3,90	1.647,00	3,80
7	ALEMANIA	1.119,20	3,70	1.182,10	3,30	1.487,70	3,40
8	JAPON	941,00	3,10	1.065,70	3,00	1.461,70	3,30
9	MEXICO	771,50	2,40	955,40	2,70	1.293,30	3,00
10	CANADA	370,20	1,20	436,40	1,20	900,70	2,10
11	ESPAÑA	579,40	1,90	666,00	1,90	796,30	1,80

Fuentes: Banco Central de Chile

<sup>11</sup> Ibídem pág. 41

Los principales proveedores fueron: EE.UU. (con una participación del 15,60% sobre el total), China (10,20%), Brasil (9,60%), Argentina (9%), Corea (6,60%), Perú (3,80%), Alemania (3,40%), Japón (3,30%), México (3%), Canadá (2,10%) y España (1,80%).

En 2009, los principales mercados de destino de las exportaciones chilenas (FOB) fueron Asia, con una participación del 39%, y la UE (22,90%), seguida de Iberoamérica (16,10%).

**CUADRO N° 9**  
**Chile: principales países de destino de las exportaciones (2007-2009)**

Puesto	Países	2007		2008		2009	
		U\$S	%	U\$S	%	U\$S	%
1	CHINA	4.776,60	11,80	4.932,90	8,40	9.980,10	14,60
2	ESTADOS UNIDOS	6.670,60	16,40	8.947,70	15,20	8.419,80	12,30
3	JAPON	4.959,30	12,20	6.039,30	10,20	7.097,10	10,40
4	PAISES BAJOS	2.334,00	5,80	3.814,50	6,50	3.909,40	5,70
5	COREA DEL SUR	2.405,60	5,90	3.433,60	5,80	3.888,10	5,60
6	ITALIA	1.702,50	4,20	2.812,50	4,80	3.454,70	5,10
7	BRASIL	1.794,10	4,40	2.758,30	4,70	3.356,30	4,90
8	FRANCIA	1.419,30	3,50	2.411,80	4,10	2.391,00	3,50
9	MEXICO	1.603,70	4,00	2.281,70	3,90	2.368,00	3,50
10	INDIA	639,70	1,60	1.489,20	2,50	2.211,50	3,20
11	TAIWAN	1.331,60	3,30	1.533,10	2,60	1.745,80	2,60
12	ALEMANIA	973,70	2,40	1.758,30	3,00	1.660,90	2,40
13	ESPAÑA	1.016,60	2,50	1.380,10	2,30	1.338,10	2,00

Fuentes: Banco Central de Chile

Por países, los principales clientes (FOB) de Chile fueron: China (14,60%), EE.UU. (12,30%) y Japón (10,40%). Dentro de la UE, destacan los Países Bajos (5,70%), Italia (5,10%), Francia (3,50%), Alemania (2,40%) y España (2%). En Iberoamérica, destacan Brasil (4,90%) y México (3,50%).

### 3.6.3 Principales sectores de bienes (importación y exportación)

Se observa un fuerte aumento en el grupo de los bienes intermedios, cuya variación en 2007 fue de 25,90%. Destacan como bienes intermedios los combustibles, los concentrados de molibdeno, el polietileno, las mezclas de aceites vegetales y la urea. Las importaciones de combustibles aumentaron un 32,3%.

La categoría con menor dinamismo fue la de bienes de capital, que en el período experimentaron un crecimiento de 19,0%. Destacan los volúmenes importados de automóviles, vehículos de transporte (camionetas, tractores, cargadoras) y partes y accesorios de vehículos, maquinaria y aparatos.

#### CUADRO N° 10

#### Chile: principales productos importados (2007-2009)

Productos Importados	2007		2008		2009	
	U\$S	%	U\$S	%	U\$S	%
<b>Datos en U\$S</b>						
27101940 – Aceites combustibles destilados	910,80	2,80	1.529,60	5,40	3.489,70	7,40
27090020 – Aceite crudo petróleo o miner. bitum.	2.524,30	7,70	3.142,90	11,00	3.205,70	6,80
27090010 – Aceite crudo petróleo o miner. bitum.	1.251,50	3,80	1.730,20	4,50	1.812,60	3,90
87032391 – Automóviles turismo 3000>=cilin>1500cc	663,30	2,00	744,40	1,90	870,30	1,90
26139010 – Concentrados sin tostar de molibdeno	716,00	2,20	548,80	1,40	858,90	1,80
85171200 – Teléfonos celulares y de otras red. inal.	N/D	N/D	N/D	N/D	694,50	1,50
27101123 – Gasolina vehic. terrestres sin pb 97 octanos	144,40	0,40	244,40	0,60	495,20	1,10
27112100 – Gas natural	521,10	1,60	512,30	1,30	493,50	1,00
27111200 – Propano licuado	234,00	0,70	287,80	0,70	423,70	0,90
87042121 – Camionetas mot. Diesel 2000>=cg útil>500kg	284,80	0,90	297,20	0,80	408,90	0,90

Fuentes: Banco Central de Chile

Los principales productos importados fueron: petróleo, automóviles, concentrados de molibdeno, teléfonos móviles, gas natural, gasolina, propano licuado, camionetas, ordenadores portátiles, maíz, volquetes, carne de bovino y medicamentos, entre otros.

### CUADRO N° 11

#### Chile: principales productos exportados (2007-2009)

Productos exportados	2007		2008		2009	
	U\$S	%	U\$S	%	U\$S	%
<b>Datos en U\$S</b>						
74031100 – Cátodos de cobre refinado	9.903,30	24,40	16.638,60	28,20	20.284,50	29,70
26030000 – Minerales de cobre y sus concentrados	6.687,20	16,50	12.991,10	22,00	14.194,10	20,80
74020010 – Cobre para el afino	1.148,10	2,80	2.787,60	4,70	2.884,40	4,20
26131010 – Concentrados tostados de molibdeno	1.715,20	4,20	1.349,40	2,30	1.707,90	2,50
26139010 – Concentrados sin tostar de molibdeno	1.099,90	2,70	873,50	1,50	1.405,90	2,10
47032100 – Pasta quím. Mad semiblanq/blanq conífera	699,20	1,70	795,70	1,30	1.223,90	1,80
47032910 – Pasta quím mad semiblanq/blanq no conífera	348,70	0,90	384,40	0,70	932,10	1,40
74031900 – Los demás cobres refinados	559,30	1,40	913,30	1,50	851,10	1,20
72027000 - Ferromolibdeno	460,70	1,10	547,70	0,90	705,00	1,00
71081200 – Oro en bruto para uso no monetario	336,70	0,80	520,40	0,90	569,20	0,80

**Fuentes:** Banco Central de Chile

Dentro de los productos exportados por Chile, destaca el cobre y sus derivados, con US\$38.206,40 millones y un 56% del total, con un aumento del 18,20% respecto a 2006, debido al aumento del precio del cobre. En segundo lugar se encuentran los productos industriales, con un 27,60% del total, donde destacan los alimentos, con una participación del 8,80% y un aumento del 8,80% respecto de 2006. En el sector agropecuario – forestal, destaca la exportación frutícola (4,10% del total), con más del 36% en exportación de uva en fresco.

### **3.6.4 Principales sectores de servicios (Importación y Exportación)**

En 2009, dentro de las exportaciones de servicios, que alcanzaron los US\$8.785,50 millones, destaca el transporte, con el 58,40% del total y US\$5.131,10 millones.

Dentro del transporte, US\$3.203,80 millones (36,50% del total de la exportación de servicios) corresponden a transporte marítimo. El 60,20% del mismo proviene de fletes marítimos. Después del transporte marítimo se encuentra el transporte aéreo, con US\$1.641,60 millones y un 18,70% del total de la exportación de servicios. Los fletes de transporte alcanzaron los US\$2.823,90 millones, lo que supone un 55% de la exportación de servicios de transporte y un 32,10% de la exportación total de servicios.

Después de los servicios de transporte destacan los servicios empresariales (US\$1.487,40 millones y un 16,90% del total) y los viajes (US\$1.419,30 millones y un 16,20% del total), sobre todo, los viajes personales (US\$1.167,70 millones).

Dentro de las importaciones de servicios, que alcanzaron los US\$9.947,10 millones, sobresalen también los servicios de transporte, con US\$5.274,80 millones y un 53% del total, destacando en este caso también el transporte marítimo, con US\$3.788,70 millones.

El transporte aéreo alcanzó los US\$974,20 millones, un 9,80% del total. Dentro de los servicios de transporte, los fletes representan el 23,10% del total de la importación de servicios. Después se sitúan los viajes, con US\$1.761,70 millones y otros servicios empresariales, con US\$1.124,60 millones, destacando, dentro de éstos, los servicios empresariales, profesionales y técnicos varios, con US\$497,40 millones.<sup>12</sup>

---

<sup>12</sup> Ibidem

### **3.7 Turismo**

La actividad turística durante 2008 tuvo un incremento de 11,10% con respecto a 2007, con la llegada 2.252.952 turistas que dejaron divisas por valor de US\$1.500 millones, según el Servicio Nacional de Turismo (Sernatur). En enero-noviembre de 2009, entraron 2.245.349 turistas, lo que supuso un aumento del 12,90% respecto del mismo período en 2008. Chile se encuentra entre las cinco naciones -junto a Colombia, Guatemala, Paraguay y Perú- que mostraron una mayor expansión en el turismo en Iberoamérica.

Una de las causas del aumento del turismo en Chile es la campaña de promoción que el país realizó en Europa, EE.UU., México y Brasil, lo que ha supuesto un cambio en los países de origen del turismo, con un importante aumento del ingreso por turista.

La estrategia chilena incluye la promoción como centro de congresos y convenciones para atraer turismo de negocios. Adicionalmente, se percibe una recuperación del turismo procedente de Argentina y un 66,80% del total de turistas es iberoamericano.

### **3.8 Inversión extranjera directa**

El mejor año para la inversión extranjera directa (IED) en Chile fue el histórico año 1999 en que la inversión superó los US\$9.000 millones. El año 2003 fue el peor de la última década, con una caída muy importante de la inversión extranjera, situación que se logró revertir durante el 2004 con un crecimiento del IED de 173%.

La IED materializada en Chile en 2008 fue de US\$5.928,30 millones, de los que el 53,50% (US\$3.169,10 millones) ingresaron a través del DL 600 y el 46,50% (US\$2.759,20 millones), a través del Capítulo XIV del C.N.C.I.

La inversión extranjera directa experimentó en 200 un aumento del 54,90% respecto de 2007 y en 2009 aumentó un 23,80% respecto de 2008. En 2009, con un total de US\$7.340,10 millones en IED, destaca la importante caída de la inversión extranjera proveniente del DL 600, que en dicho año ha supuesto el 18,7% del total, en comparación con 2008, en el que la IED procedente del DL 600 era el 53,50% del total y, en 2005, el 47% del total de IED.

Esto se debe, sobre todo, a la modificación en los volúmenes de inversión mínimos exigidos para las inversiones realizadas a través del Decreto Ley 600, que en la actualidad son de 5 millones de dólares y, en caso de aportación no dineraria, la inversión mínima exigida es de 2,50 millones de dólares.<sup>13</sup>

Además de las grandes empresas que invierten en Chile, hay cada vez más empresas de tamaño mediano y pequeño que están interesadas en instalarse en el país para abastecer a la región y poder beneficiarse de los acuerdos comerciales que el país ha firmado. No obstante, es necesario tener en cuenta las reglas de origen aplicables por cada acuerdo, con el fin de que el producto pueda ser considerado originario de Chile y le puedan ser aplicables dichos acuerdos.

Las autoridades tienen gran interés en atraer la mayor inversión posible al país y para ello se aprobó en 2003 la denominada “Ley de Plataforma de Inversiones” que establece las bases para convertir al país en la plataforma de empresas norteamericanas y europeas para su expansión en Iberoamérica y en otras regiones, aunque por el momento su efectividad ha sido escasa.

### **3.9 Estudio de la demanda**

Chile tiene una población estimada de 17.094.275 habitantes al año 2010. Según el último censo realizado en el año 2002 esta cifra era de 15.116.435 habitantes, de los cuales 7.447.695 eran hombres y 7.668.740, mujeres.

El crecimiento de la población se ha reducido durante los últimos años. A fines del siglo XIX, la población alcanzaba los 2.695.625, la que creció a los 5.023.539 en 1940 y los 13.348.341 habitantes en 1992. Aunque la población de Chile se ha quintuplicado durante el siglo XX, la tasa de crecimiento inter censal 1992-2002 fue del 1,24% anual, y la que debería seguir bajando durante los próximos años.

Debido a las mejoras en las condiciones de vida de la población, la esperanza de vida de los chilenos (la más alta de América del Sur) ha aumentado a los 77,74 años en el período 2000 - 2005. En 2003, la tasa de natalidad llegó a un mínimo histórico del 15,60% y la de mortalidad en un 5,30%, con una tasa de crecimiento natural del 10%, mientras que la tasa de mortalidad infantil ha bajado a 7,8%.

---

<sup>13</sup> *Ibidem*



Estas cifras permiten establecer un proceso de envejecimiento de la sociedad chilena en la que al año 2020, la mayor parte de la población tendrá sobre 35 años, superando al grupo etáreo joven, dominante en este momento.

Así, la pirámide de población se convertirá, para el año 2025, en un perfil campaniforme que representa el proceso de transición demográfica que vive el país.

### **3.10 Evolución de la población económicamente activa (PEA) por regiones.**

#### **3.10.1 Región V. Valparaíso**

La PEA es la población mayor a 15 años y menor a 79 años que realiza algún tipo de actividad económica, o que buscó activamente hacerlo. Es decir, es la suma de las personas ocupadas más las desocupadas.

Una forma de ver la evolución de la PEA es que muestra el crecimiento de la población que debe ser “recibida” por el mercado laboral. Esto manifiesta cuántos puestos de trabajo debieran potencialmente crearse en el mercado del trabajo regional.

En los 11 años que van de 1997 a 2008, en la Región de Valparaíso la PEA creció en términos absolutos en 246 mil personas, aproximadamente. Este crecimiento del 23% está un poco por debajo del crecimiento del país, que llega a 24%.

## CUADRO N° 12

## Chile: distribución geográfica del mercado de consumo

<b>Principales áreas metropolitanas de Chile (2008)</b>					
<b>Denominación</b>		<b>Región</b>	<b>Habitantes</b>	<b>Superficie</b>	<b><u>Densidad</u></b>
<b>1</b>	<b><u>Gran Santiago</u></b>	<u>R. Metropolitana</u>	5.638.820	697,81 km <sup>2</sup>	8.080,7
<b>2</b>	<b><u>Gran Concepción</u></b>	<u>VIII Región</u>	861.747	133,54 km <sup>2</sup>	6.453,1
<b>3</b>	<b><u>Gran Valparaíso</u></b>	<u>V Región</u>	824.006	111,15 km <sup>2</sup>	7.413,5
<b>4</b>	<b><u>Gran La Serena</u></b>	<u>IV Región</u>	296.253	43,28 km <sup>2</sup>	6.845,0
<b>5</b>	<b><u>Antofagasta</u></b>	<u>II Región</u>	285.256	26,86 km <sup>2</sup>	10.620,1

Fuente: INE Instituto Nacional de Estadísticas

De acuerdo al último censo, 13.090.113 chilenos vivían en zonas urbanas, equivalentes al 86,59% del total nacional.

Sólo un 13,41% de la población aún vive en zonas rurales dedicadas principalmente a la agricultura y la ganadería, concentrándose en las regiones del centro-sur del país, especialmente en las regiones del Maule (33,59%), la Araucanía (32,33%) y de Los Lagos (31,56%).

Por el contrario, las regiones con mayor tasa de urbanización corresponden a la de las zonas extremas (94,06% en la región de Tarapacá, 97,68% en la de Antofagasta, 92,6% en la de Magallanes) y en las zonas industrializadas del Valle Central, como la Región Metropolitana y la de Valparaíso, con un 96,93% y un 91,56% de urbanización respectivamente. Desde mediados de los años 1920, se inició un fuerte proceso de emigración de habitantes de zonas rurales hacia las grandes ciudades en búsqueda de mejores condiciones de vida. Así, éstas comenzaron a crecer y a expandirse formando grandes áreas metropolitanas y conurbanas.

El caso más notorio es el de la capital del país, Santiago de Chile o *Gran Santiago* que, con más 5.428.590 habitantes el año 2002, alberga al 35,90% de la población nacional. En 1907, era habitada por 383.587 habitantes, aumentando a 549.292 para 1920 cuando representaba el 16% del total nacional; sin embargo, en los años siguientes, la explosión demográfica hizo que la ciudad se expandiera hacia las zonas rurales absorbiendo antiguas localidades campesinas, como Puente Alto y Maipú, que son las dos comunas más pobladas de Chile.

Santiago es una moderna ciudad en la actualidad, siendo la séptima urbe más grande de América Latina y una de las cuarenta y cinco más grandes del mundo.

Valparaíso y Viña del Mar, de igual forma, se han convertido en una gran conurbación. Ambas, sumadas a Concón, Quilpué y Villa Alemana forman el área metropolitana del Gran Valparaíso. Por su parte, Concepción, Talcahuano, Hualpén, Chiguayante, San Pedro de la Paz, Penco, Coronel, Lota, Hualqui y Tomé forman el área metropolitana del Gran Concepción. Ambas áreas metropolitanas superan los 800 mil habitantes.

El resto de las ciudades más pobladas del país son Antofagasta (con 285.256 habitantes), Temuco (con 260.878), Rancagua (con 236.363), Talca (con 191.154), Chillán (con 165.528), Puerto Montt (con 153.118), Arica (con 175.441), Iquique (con 164.396), Coquimbo (con 148.438), La Serena (con 147.815), Osorno (con 132.245) y Valdivia (con 127.750). La mayoría de las ciudades del país se ubican en la costa del Pacífico o en el valle central del país entre Santiago y Puerto Montt.

### **3.11 Proyección de la demanda**

Uno de los objetivos del presente estudio es estimar un modelo económico de la demanda de cortinas y persianas de modo que permita proyectar la misma.

El objetivo final es proveer información útil y fundamentada requerida para la fijación del mercado objetivo.

## CUADRO N° 13

## Chile: Proyección de la población distribuida por edades

<b>EDAD</b>	<b>2010</b>	<b>2015</b>	<b>2020</b>	<b>2025</b>	<b>2030</b>
25-29	1.320.741	1.459.635	1.483.179	1.322.501	1.230.798
30-34	1.169.556	1.317.682	1.455.216	1.477.842	1.318.080
35-39	1.236.191	1.165.611	1.312.293	1.448.490	1.471.402
40-44	1.231.974	1.228.946	1.158.477	1.303.773	1.439.539
45-49	1.249.164	1.220.001	1.217.060	1.147.263	1.291.690
50-54	1.072.667	1.229.337	1.201.177	1.198.677	1.130.676
55-59	835.126	1.045.250	1.199.134	1.172.763	1.171.542
60-64	671.677	801.793	1.005.170	1.155.060	1.131.497
65-69	539.279	629.844	754.047	947.807	1.091.929
70-74	389.319	487.591	572.158	687.841	867.942
75-79	295.148	332.591	419.566	495.471	599.087
<b>Total</b>	<b>10.010.842</b>	<b>10.918.281</b>	<b>11.777.477</b>	<b>12.357.488</b>	<b>12.744.182</b>
<b>%</b>	<b>58,56%</b>	<b>61,11%</b>	<b>63,49%</b>	<b>64,60%</b>	<b>65,06%</b>

Fuente: INE Instituto Nacional de Estadísticas

El cuadro muestra un incremento del 6.50% en 30 años de la potencial demanda que va en un rango desde los 25 a los 79 años, Esto quiere decir que la demanda potencial de cortinas está definida por todas aquellas personas dentro del rango mencionado que podrían estar interesadas en comprar dicho producto y tenga poder de compra, por lo que el estudio del mercado objetivo está orientado a ese segmento.

Otro punto a tener en cuenta es la de conocer las actitudes de mercado objetivo frente a las campañas y los diferentes medios de comunicación lo que hace más fácil prever los resultados y llegar con el mensaje adecuado para optimizar el retorno de la inversión.

Analizar el comportamiento de este segmento específico es muy importante a la hora de decidir un tipo de promoción.

Por lo que las estrategias de la empresa para posicionar el producto están influidas por:

- la madurez del mercado
- la diversidad de preferencias y necesidades de los consumidores
- el tamaño de la compañía
- la fortaleza de la competencia o la economía
- el volumen de ventas requerido para producir beneficios

### 3.12 Sectores con demanda potencial de importaciones

- **Silvicultura:** el sector, especialmente en lo referente a la celulosa, se encuentra dominado por importantes consorcios chilenos y extranjeros, por lo que el campo para la explotación directa de estos recursos es muy reducido. Sin embargo, las oportunidades en maquinaria para el cultivo, plantación, poda de árboles, equipos para la corta y tronca, instalación de secado en hornos y, en general, de todos los servicios asociados a la industria maderera y de la celulosa, son muy favorables. Las empresas del sector han experimentado un fuerte dinamismo en los últimos años, consecuencia del ciclo alcista de la celulosa, lo que les ha llevado a una mayor demanda de insumos y servicios.
- **Agricultura y agroindustria:** el sector agrícola está sufriendo una gran transformación en Chile, con un enfoque prioritario hacia la exportación. Las oportunidades pueden hallarse en actividades de procesamiento de la agricultura y la agroindustria para exportación: frutas y hortalizas, vino, producción de conservas, miel, alimentos preparados y aceites vegetales. Por su parte, todo lo relacionado con el riego y los invernaderos tiene un carácter estratégico, ya que en la actualidad la preocupación por estos temas es aún incipiente, pero se observa un gran potencial a medida que la visión exportadora del sector se acentúe más y se vea como necesario un aumento de la productividad de los terrenos.

- **Minería:** Chile cuenta con importantes yacimientos de minerales metálicos y no metálicos. Debido a la escasa tradición minera española, en comparación con las grandes potencias mundiales, el mayor atractivo para España se centra en ser proveedores de maquinaria y servicios para esta industria. Especial importancia tiene el tema medioambiental, asunto por el que las empresas y el gobierno han comenzado a preocuparse de manera importante y en el que la industria minera tiene un especial impacto. Asimismo, en los últimos años se ha observado una mayor preocupación por parte de las empresas mineras en todo lo relacionado con el tratamiento de aguas.
- **Industria manufacturera:** las grandes oportunidades comerciales están localizadas en el sector industrial de bienes de capital: maquinaria y equipos de mayor complejidad. Entre los más demandados se encuentran: equipos para minería, plantas frigoríficas y líneas completas de apoyo a la producción agrícola y agroindustrial de exportación. Sin embargo, cualquier inversión en este campo debe tener muy presente las limitaciones en tamaño que tiene el mercado chileno. En el caso de la maquinaria, es fundamental contar con un servicio de mantenimiento o servicio postventa.

### 3.13 Análisis de la competencia

#### 3.13.1 Características de los principales productores

En primer lugar se encuentra la empresa *Luxaflex* del grupo *Hunter Douglas* cuya casa matriz se localiza en *Rotterdam*, Holanda, y está presente en más de 80 países en el mundo. El nombre de *Hunter Douglas* surge en Estados Unidos, cuando en 1946 inventa y comercializa la primera mini persiana metálica, que hoy día conocemos como la persiana horizontal de aluminio.

Radicado en las 5 regiones mas importantes de Chile siendo Gran Santiago, Gran Concepción, Gran Valparaiso, Gran la Serena y Antofagasta. Siendo el abastecedor de dichas regiones *Luxaflex* distribuye sus productos a través de sus sucursales.

En segundo lugar, se encuentra a la empresa *Roller Flex* con puntos de ventas en Valparaíso, Santiago, Concepción, Temuco y Puerto varas especializados en sistemas enrollables en sus dos presentaciones motorizadas y no motorizadas.

Trabaja con las siguientes telas:

- *Screen*
- *Black Out*
- Linos
- *Solar Vieww*
- *Tranlucent*

Todas fabricadas en distintos gramajes

En esta posición también se observa a la empresa Cortinas *Roller* ubicada con su sede central en Santiago, parecida a su competencia en materia de productos ofrecidos, se diferencia en cuanto a la atención de sus clientes creando una división de segmentos “Línea Hogar” y “Línea Comercial”.

En tercer lugar está la empresa Fibras-Hogar Cortinas & Persianas empresa familiar con más de 50 años en el rubro textil y más de 30 años específicamente fabricando tejidos para decoración.

Reconocidos a nivel nacional como un proveedor de tejidos de primera calidad y como un complemento en el rubro nace en el año 1998 la planta de persianas y productos afines, dentro de los cuales se encuentran las mini y micro persianas de aluminio, cortinas verticales, cortinas plisadas y *Roller* en una menor medida, todos ellos son ensamblados a medida con materias primas importadas.

### 3.14 Importaciones del producto cortinas

**CUADRO N° 14**

**Chile: importación de cortinas (dólares CIF) (2007-2009)**

<b>MES</b>	<b>2007</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>
Enero	46.851	92.036	157.403
Febrero	104.094	90.408	144.701
Marzo	119.515	104.775	160.659
Abril	131.418	248.491	401.230
Mayo	115.693	206.058	216.770
Junio	122.345	60.463	187.828
Julio	419.883	152.341	103.713
Agosto	43.062	270.496	291.922
Septiembre	182.045	165.634	226.787
Octubre	158.945	114.401	102.346
Noviembre	191.164	69.141	204.993
Diciembre	103.887	185.748	168.983
<b>TOTAL</b>	<b>1.738.901</b>	<b>1.759.991</b>	<b>2.219.706</b>

Fuente: Pro Chile

En el cuadro anterior se muestra el monto importado por todas las empresas chilenas, del producto NCM 6303920000 visillos, cortinas, guardamalletas y doseles, fibra sintética, excepto de punto, para el período que va desde el 2007 al 2009.

### 3.15 Análisis de precios

El análisis del mercado de visillos y cortinas chileno, apunta a buscar productos de alta calidad y de marcas reconocidas, en este sentido los precios dentro de las zonas metropolitanas presentan un nivel de atractivo moderado.



A continuación se encuentra un análisis comparativo de precios de los siguientes segmentos y competidores:

Segmentos analizados:

- **Gran Santiago**
- **Gran Concepción**
- **Gran Valparaíso**
- **Gran La Serena**
- **Antofagasta**

Referencias:

Los precios corresponden a calidad superior. Para la conversión de monedas se utilizó valor promedio del año 2010 ( US\$ 1 = \$ 502,22 ).

**CUADRO N° 15**  
**Análisis comparativo de precios, actualizado al 2010**

EMPRESA	NACIONALIDAD	PRODUCTO	PRESENTACION/mts <sup>2</sup>	CALIDAD	PRECIO EN \$ CHILENOS	PRECIOS EN US\$
LUXAFLEX	Empresa multinacional - Holanda	CORTINAS ROLLER SCREEN VISION	1X1	ALTA	35.000	69,69
ROLLER FLEX	Empresa chilena de capitales extranjeros	CORTINAS ROLLER SCREEN VISION	1X1	ALTA	35.000	69,69
CORTINAS ROLLER	Empresa chilena	CORTINAS ROLLER SCREEN VISION	1X1	MEDIA	25.000	49,77
FIBRAS-HOGAR	Empresa chilena	CORTINAS ROLLER SCREEN VISION	1X1	MEDIA	23.000	45,80
FLEX - COLOR	Empresa argentina	CORTINAS ROLLER SCREEN VISION	1X1	ALTA	n/a	35,22

Fuente: elaboración propia

El presente cuadro analiza los precios de los competidores directos que tiene la empresa Flex – Color en el mercado meta, se puede observar que las empresa *Luxaflex* y *Roller Flex* siendo que las mismas ocupan las primeras posiciones en la fabricación y ventas de cortinas en el mercado chileno, ofrecen sus cortinas 1x1 mts<sup>2</sup> *roller screen visión*, directo al público, a un precio de \$ pesos chilenos 35.000 equivalentes a USD 69,69 a su vez las empresas Cortinas Roller y Fibras-Hogar presentan alternativas más económicas pero de inferior calidad destinadas a un público menos exigente.

La empresa Flex-Color con sus cortinas de alta calidad ingresará al mercado chileno con precios FCA Mendoza de USD 28,11 para cortinas de 1x1 mts<sup>2</sup> esto significa que al nacionalizar la mercadería en Chile el precio mayorista será de USD 35,22 que incluye derechos de importación del 25% lo que deja un margen de negociación del 50,53% para que el importador fije su precio final al público.

### **3.16 Canales y estrategias de distribución**

#### **3.16.1 Sector de consumo masivo**

La distribución de consumo masivo en Chile se caracteriza por la tendencia a la concentración.

Las dos compañías más grandes del sector (*D&S* y *Cencosud*), representan más del 58% del mercado.

La mayor parte de las ventas se realiza a través de los supermercados, los cuales han ido ganando progresivamente importancia y cuota de mercado.

#### **3.16.2 Supermercados**

La primera compañía del sector es *D&S* (Distribución y Servicios), con un 34% de la cuota de mercado a Septiembre del 2008. *D&S* sigue un formato de “precios bajos” y ha desarrollado su propia marca, *Lider*, con la que opera en el mercado bajo tres tipos de establecimientos:

- **Lider:** 31 locales, 7 en la zona sur del país, 19 en Santiago y 5 en la zona norte del país. Se trata de locales con una superficie media de 10.000 metros cuadrados, en los que se expende una amplia variedad tanto de productos alimenticios, como del hogar, textiles, ferretería, etc. Estos establecimientos están orientados a aquel sector de la población que quiera satisfacer todas sus necesidades en un solo lugar. Se desarrollan en conjunto con una serie de tiendas complementarias que ofrecen variados servicios (vídeo clubs, comida rápida, lavanderías o farmacias).
- **Lider Vecino:** cuentan con 5 locales de este tipo en la zona sur del país, 14 en de Santiago y 5 en la zona norte. Son tiendas con una superficie media de 4.000 metros cuadrados, en los cuales ofrecen, además de alimentación, productos del hogar, ferretería, vestuario o bazar. Ubicados en zonas urbanas de alta densidad, combinan proximidad y amplia variedad de productos.
- **Lider Express:** distribuidos en 3 locales en la zona norte, 15 en Santiago y 6 en la zona sur del país, tienen una sala de ventas media de 1.500 m<sup>2</sup>. Muestran un surtido de 12.000 productos de los cuales el 95% pertenecen a alimentación.  
Su máximo competidor es el grupo Cencosud que desde que en 2002 entrara en la actividad de los supermercados tras la compra de los activos de Ahold y otras cadenas locales, ha conseguido a través de los hipermercados Jumbo y los supermercados Santa Isabel, Las Brisas y Montecarlo, alcanzar actualmente el 24% de la cuota de mercado.  
Han desarrollado marcas propias como Jumbo o Cinco Continentes de Santa Isabel.

La empresa cuenta con:

- **Hipermercados Jumbo:** 11 locales con un tamaño medio de 8.834 m<sup>2</sup> de sala de ventas, ubicados 8 de ellos en la Región Metropolitana. Ofrecen desde productos alimenticios hasta un amplio espectro de productos de bazar, textil, electrodomésticos, audio y video etc. Estos hipermercados destacan por ser líderes en calidad, ofreciendo la mayor variedad de productos a precios competitivos. Los establecimientos Jumbo son los que cuentan con una mayor presencia de productos importados, aunque a un precio superior que su principal rival.

- **Supermercados Santa Isabel:** 74 tiendas con un tamaño medio de 1.404 m<sup>2</sup>. Explotan el concepto de cercanía, variedad, conveniencia y rapidez.
- **Supermercados Montecarlo:** 15 locales ubicados exclusivamente en Santiago, en las áreas de menor poder adquisitivo de la ciudad. Se complementan con los anteriormente mencionados puesto que se encuentran ubicados en zonas donde anteriormente el grupo Cencosud no tenía presencia. Utilizan el mismo concepto de tamaño medio, cercanía y variedad de productos que en el caso anterior.
- **Supermercados Las Brisas:** 17 establecimientos ubicados tanto en la Región Metropolitana como en provincias.

Los supermercados que siguen, aunque a gran distancia, a estos dos grandes grupos en lo que a cuota de mercado se refiere, son los supermercados San Francisco, incursión de Falabella (cadena de grandes almacenes) en el sector de la distribución alimenticia. Estos supermercados están distribuidos exclusivamente por la zona del Gran Santiago y cuentan en la actualidad con una cuota de mercado del 3,2%.

### 3.16.3 La capacidad de los supermercados

En este canal pueden introducirse los productos a través de dos medios: la importación directa o bien mediante un distribuidor en el país.

Las grandes cadenas de supermercados cuentan con una mayor capacidad para importar directamente, mientras que las cadenas más pequeñas y todos los locales de conveniencia lo hacen a través de un importador/distribuidor.

Cada vez es más habitual que los grandes supermercados importen de forma directa, lo que les permite ahorrarse el margen del distribuidor y conseguir que los productos importados, ya de por sí de precio elevado para el consumidor medio de este país, sean más asequibles.

No obstante, algunos supermercados siguen utilizando a los distribuidores con el objetivo de ahorrarse los trámites que requiere una importación. De hecho existen empresas importadoras que trabajan en exclusiva para un determinado supermercado, como es el caso de *General trade* con Líder.

Los supermercados, a la hora de introducir nuevos productos, buscan con sus clientes una relación comercial a largo plazo, exigiendo en las primeras etapas colaboración a la hora de promocionar los productos hasta que alcanzan un posicionamiento estable en el mercado. Esta colaboración suele materializarse en descuentos especiales, mercadería sin cargo para degustaciones, folletos o regalos promocionales.

### **3.16.4 Centros comerciales (malls)**

Santiago cuenta con 17 grandes centros comerciales en la ciudad para una población estimada de 6 millones de habitantes.

Estos centros han tenido un gran éxito, convirtiéndose en centros integrales de ocio, con una gran afluencia de consumidores a diario.

En estos centros están presentes además de las cadenas de grandes almacenes más importantes del país (Falabella, Ripley y Almacenes Paris), establecimientos comerciales textiles, deportivos, de electrodomésticos, una amplia oferta de restaurantes y cines e incluso servicios de salud.

En estos centros suelen estar presentes también las grandes cadenas de supermercados anteriormente citadas.

### **3.17 Estrategias de distribución**

Las ventas en Chile se realizan en base a una relación de confianza, para lo cual, son importantes las visitas periódicas al país con el fin de hacer un seguimiento de los productos comercializados.

Antes de la reunión con el empresario chileno, es recomendable haber realizado un análisis previo del precio de oferta y facilitar una muestra del producto. A la hora de introducir un producto nuevo en Chile, es fundamental estar constantemente en contacto con el distribuidor para evitar que descuide la promoción del mismo. Para ello es necesario mostrarle apoyo y responder a sus requerimientos en la medida de lo posible a la hora de realizar los pedidos y la promoción.

Por otro lado, es necesario tener en cuenta que Chile es un país en el que el precio es un factor sumamente importante a la hora de tomar la decisión de compra.

Por ello, es muy conveniente ajustar al máximo la calidad, los precios y los márgenes al mercado local, otra posibilidad consiste en justificar un precio más elevado con productos claramente diferenciados de la competencia, bien en calidad, servicio, apoyo comercial al distribuidor, etc.

Es recomendable que los precios de los productos estén denominados en dólares, Por último, es aconsejable cubrir la operación con un seguro de cambio.

### **3.18 Concentración de actividad**

La actividad comercial se concentra principalmente en Santiago, ya que un alto porcentaje de la población habita en la Región Metropolitana y por tanto la mayoría de las ventas de confección se realizan allí.

En este sector la distribución se reparte básicamente en dos canales: grandes almacenes o establecimientos multimarca y tiendas especializadas o boutiques.

### **3.19 Grandes almacenes**

Los grandes almacenes además de fabricar su propia línea de prendas bajo diferentes marcas, importan gran cantidad de productos, la mayoría procedente de países asiáticos y de saldos adquiridos en Europa y Estados Unidos. Estos establecimientos copan en torno al 80% de las ventas totales de artículos de confección.

Los más representativos son:

- Almacenes París
- Falabella
- *Ripley*
- *Johnson´s*
- La Polar
- *Hites*

Los tres primeros están presentes en los centros comerciales más importantes y orientan su oferta a un segmento medio-alto, mientras que los tres últimos se dirigen a un público objetivo medio.

Los grandes almacenes disfrutan de un gran poder de negociación que obliga a los proveedores a reducir al máximo los márgenes comerciales.

Además, la mayoría de ellos cuenta con un calendario propio de compras y visitas al exterior que conviene conocer antes de planear cualquier visita a Chile para presentar los productos.

Generalmente, a la hora de adquirir productos importados, los grandes almacenes compran directamente en el extranjero, sin acudir a la figura del importador/distribuidor.

El principal proveedor extranjero de estos almacenes es China, mientras que en la mayoría de las tiendas el stock de marcas europeas ha ido disminuyendo.

## CAPITULO IV

### LA EMPRESA Y EL PRODUCTO

#### 4 La empresa

FLEX-COLOR SRL es una de las principales empresas en el mercado argentino de cortinas y persianas. Focaliza su especialidad en la fabricación y comercialización de cortinas y persianas destinadas a viviendas particular, oficinas, hoteles, edificios, entidades publicas, empresas etc.

La empresa fabrica y comercializa a través de su propia red de marketing y ventas una gran variedad de productos como: cortinas del tipo *Rollers*, persianas venecianas de aluminio, cortinas verticales, cortinas de madera, cortinas romanas, cortinas de bambú, paneles orientales, como así también la motorización y automatización de las mismas. Actualmente ha incorporado a su línea de productos, la fabricación y comercialización de toldos con sistemas y telas nacionales e importadas.

- **Antigüedad de la empresa**

1992- Los tres socios fundadores (argentinos), que aún son los propietarios de FLEX-COLOR SRL, fundaron la empresa en la ciudad de Mendoza.



El proyecto comienza en sus domicilios, fabricando (con dos empleados) por primera vez en argentina persianas venecianas de PVC, a precios muy bajos para un mercado de clase media-baja, logrando que, por primera vez, esas casas tuvieran algo distinto y de buena calidad.

1994- FLEX-COLOR SRL se traslada a su primer galpón e introduce otros productos incorporando seis empleados más, sus dos primeras máquinas para fabricación y empezando a comercializar sus productos, en otras provincias del interior del país.

1997- Tras tres años de continuo crecimiento, expansión y reinversión del 100% de sus flujos de cajas libres, se abre la oficina comercial y showroom en Buenos Aires para incorporar clientes en Capital Federal y Provincia de Buenos Aires incorporando diez empleados más.

2002- Tras la grave crisis que soportó el País, FLEX-COLOR SRL siguió apostando a su futuro incorporando nuevos productos, más máquinas de fabricación e incorporando nuevos empleados, capacitándolos para mejorar su calidad y seguridad.

2005- FLEX-COLOR SRL sigue invirtiendo todos sus ingresos en tecnología y máquinas de vanguardia para sus procesos productivos y comienzan a confirmarse los primeros acuerdos estratégicos con clientes y proveedores claves del mercado Argentino. Se incorporan más empleados y se traslada a su actual fábrica de 2200 m<sup>2</sup>.

2008- Continuando con la política de incorporar nuevas tecnologías, FLEX-COLOR SRL decidió solicitar financiación para la incorporación de nuevas tecnologías al FONTAR (Fondo Tecnológico Argentino), la cual es otorgada por la entidad el 03 de julio de 2008, bajo el expediente PMT-CAE I GAL 363/08 del Registro de la Agencia Nacional de Promoción Científica y Tecnológica. El préstamo consta de un anticipo y tres desembolsos consecutivos a pagar durante 4 (cuatro años) y hacen un total a financiar por el FONTAR de \$542.176 y un aporte por parte de la empresa, del 20% del total del proyecto. Cabe destacar que la empresa se encuentra en pleno desarrollo de este proyecto y se ubica, dentro del desarrollo del préstamo, en el primer desembolso.

2009 – FLEX-COLOR SRL comenzó a realizar gestiones junto a otras fábricas locales para incursionar en el mercado chileno de cortinas.

Esta iniciativa comenzó debido al potencial incremento de clientes chilenos, los cuales hacen contacto directo con los distribuidores e inclusive en la fábrica. Analizando la creciente demanda, FLEX-COLOR SRL ha decidido asumir compromisos formales con ellos y es factible que a fines de 2009, comience la exportación de productos al vecino país.

- **Empleados:**

Actualmente FLEXCOLOR SRL cuenta en su plantel de forma permanente, 55 empleados directos, entre operarios de fábrica y administrativos, y debido a que la empresa vende en todo el país, su red de comercialización emplea a unas 40 personas de forma parcial o total.

A su vez, en las fábricas Argentinas que proveen a FLEXCOLOR SRL de insumos nacionales para la fabricación de sus productos, trabajan otras 100 personas más.

Finalmente, al haber fidelizado a muchos de sus clientes que trabajan en forma exclusiva los productos FLEXCOLOR SRL, hoy en día cuenta con una cartera de 650 clientes activos en todo el país, de los cuales 40 clientes solamente venden los productos con un total de 150 personas.

Por lo que FLEXCOLOR SRL da trabajo a unas 340 familias alrededor de todo el país.

- **Misión:**

Contribuir al confort y bienestar de las personas y organizaciones mediante el diseño, fabricación y comercialización de soluciones decorativas para ambientes interiores y exteriores.

- **Visión:**

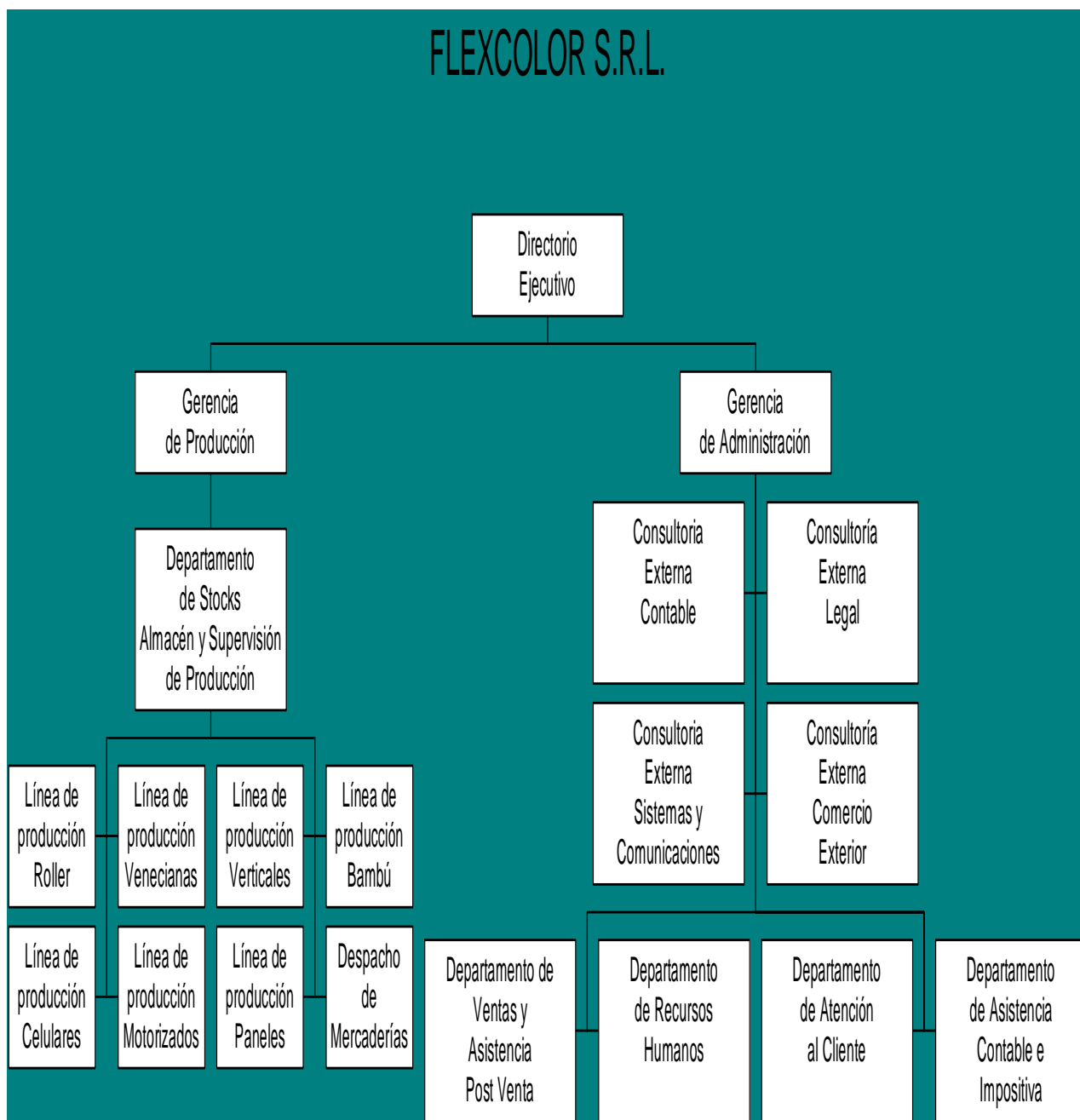
Ser líder en el mercado argentino de la decoración y participante del mercado latinoamericano destacándose por su servicio, innovación, diseños y calidad de sus productos.

#### **4.1 Organigrama de la empresa**

La empresa requiere de un ordenamiento jerárquico que especifique la función que cada uno debe ejecutar dentro de la misma, es por ello que la funcionalidad de ésta recae en la buena estructuración del organigrama, el cual indica la línea de autoridad y responsabilidad, así como también los canales de comunicación y supervisión que acoplan las diversas partes de un componente organizacional.

Por tal razón, en el presente trabajo, incluiremos al organigrama el departamento de comercio exterior y su función dentro de la organización de la empresa.

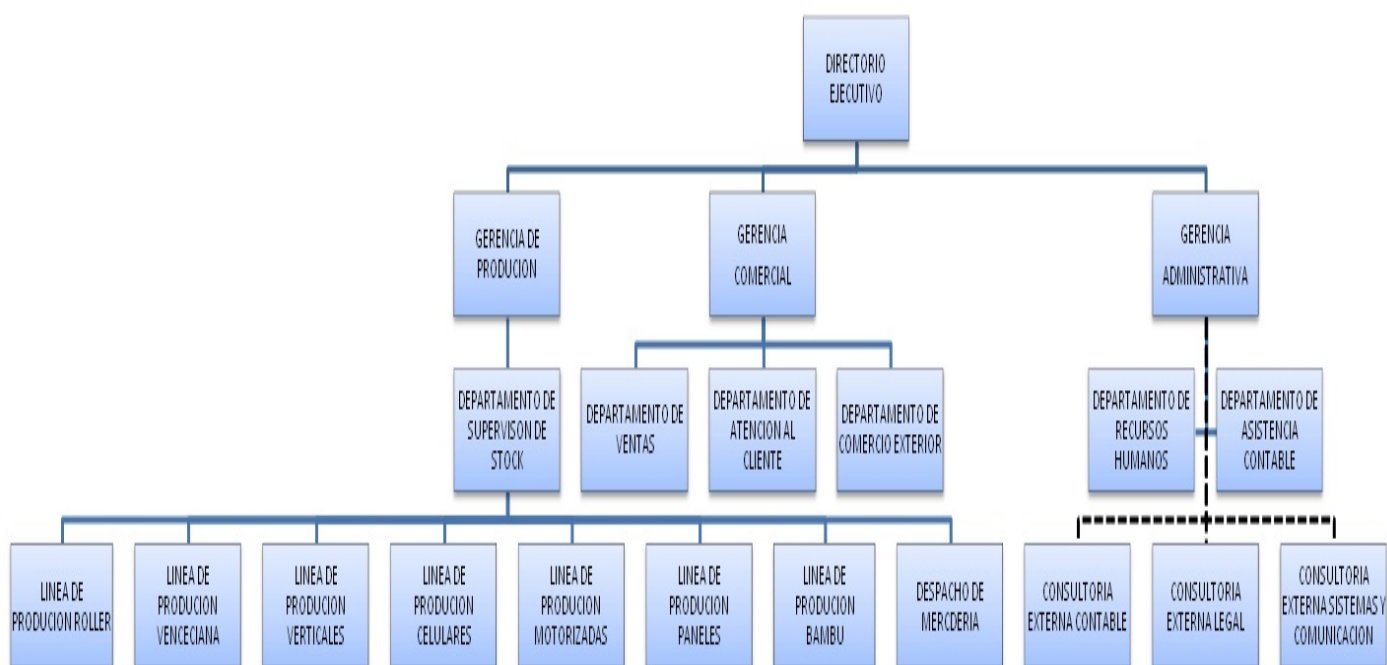
**CUADRO N°16**  
**Organigrama de la empresa Flex-Color SRL**



**Fuente:** Flex color S.R.L

El cuadro precedente muestra el posible organigrama presentado por la empresa Flex Color S.R.L incorporando el departamento de comercio exterior como una unidad externa a la misma.

**CUADRO N° 17**  
**Organigrama de la empresa Flex color modificado**



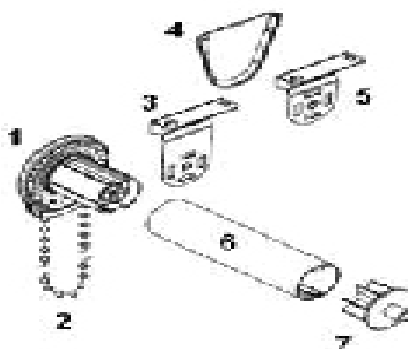
Fuente: elaboración propia

El cuadro precedente muestra el organigrama de la empresa incorporando al departamento de comercio exterior como una unidad interna de la gerencia comercial de manera tal que toda la gestión relacionada con el comercio internacional sea supervisada por dicha gerencia.

## 4.2 El producto

- Los sistemas roller a cadena (COD. 6500)
- La empresa Flex Color presenta la solución para cubrir espacios de grandes dimensiones.
- Se trata de un concepto de cortina enrollable con mecanismos muy resistentes y fiables.

**CUADRO N° 18**  
**Esquema de ensamble**



Fuente: catalogo Flex Color

Referencias de los componentes: 1.Comando, 2.Cadena, 3.Soporte largo,4.Tapa de soporte, 5. Soporte corto, 6.Tubo de aluminio y 7.Puntero.

## 4.3 Telas para roller y paneles orientales

- *SCREEN VISION COMFORT PLUS 351*  
Composición: 21 % Poliéster, 79 % PVC
- *SCREEN VISION 550*  
Composición: 12 % Poliéster, 88 % PVC
- *SCREEN VISION CRYSTAL 550*  
Composición: 12 % Poliéster, 88 % PVC
- *SCREEN VISION 597*  
Composición: 12 % Poliéster, 88 % PVC
- *SCREEN VISION 350*  
Composición: 21 % Poliéster, 79 % PVC

**CUADRO N° 19**  
**Fotografía del producto terminado**



Fuente: catalogo Flex Color

#### **4.4 La operatoria comercial**

##### **4.4.1 Importación de insumos**

La empresa Flex color realiza la compra de sus insumos, en este caso telas, en los Estados Unidos a su proveedor la empresa *Vertilux* Ltda.

Esta operación comercial se realiza mediante remesa simple, *Vertilux* envía la mercancía y la documentación necesaria para que ésta pueda ser recibida por el Flex Color; asimismo, se emite un documento financiero (letra de cambio).

La entidad financiera del exportador envía esta “letra de cambio” al banco del importador, quien se lo presenta a su cliente para su pago o aceptación.

Hay que tener en cuenta que la utilización de este medio de pago, se debe a la trayectoria y a la confianza comercial que existe entre ambas empresas.

Una vez embarcada la mercadería tarda aproximadamente cuarenta y cinco días en llegar a puerto de Buenos Aires, por vía marítima.

Una vez ingresada en esta escala portuaria, la mercadería se trasladará a zona franca de la provincia de Mendoza bajo el régimen de *Destinación suspensiva de tránsito de importación*.

La zona franca de Mendoza, se encuentra emplazada en el denominado *Parque Industrial*, en el departamento de Luján de Cuyo, a unos 25Km. al sur de la capital provincial. Esta esfera representa un importante polo comercial y petroquímico ubicado en un área de gran actividad petrolera.

Cabe notar, que el área franca se encuentra en una zona geográfica privilegiada, donde se localizan una serie de valles, con diferentes sistemas de riego y con una destacada producción frutícola, principalmente viñedos e industrias asociadas.

Continuando con la descripción de la zona franca, es importante tener en cuenta la cercanía a la tradicional ruta de tránsito y comunicación bioceánica a través del distrito fronterizo de Las Cuevas en el departamento de Las Heras, que permite la conexión entre Buenos Aires y Santiago de Chile, es por eso que ofrece una privilegiada ubicación geográfica.

Por ultimo, esta región dispone de una amplia y completa dotación de servicios y comunicaciones, y de una infraestructura vial, ferroviaria y aérea compleja.

En cuanto a la mercadería, una vez ingresada a zona franca permanecerá en los depósitos hasta el momento que se le de una nueva destinación aduanera.

La empresa Flex color, al momento de disponer de los insumos para su producción, realiza una importación temporal desde zona franca Mendoza, hacia el territorio nacional.

Tener en cuenta a esta altura, que el régimen temporal está regulado por el decreto 1330/2004, el cual está destinado al perfeccionamiento industrial. Este régimen sirve para que las empresas puedan ingresar insumos importados sin pagar impuestos y con la obligación de reexportar los bienes fabricados dentro del plazo de 360 días.

Como se mencionó anteriormente, si bien este término para exportar los bienes fabricados es de 360 días, existe la posibilidad de pedir una prórroga por otro año, término que deberá solicitarse con una anterioridad mayor a un mes.

Es importante conocer, que las multas por no exportar la mercadería en tiempo son bastantes altas, por lo que es muy conveniente observar cuidadosamente los plazos otorgados.

Los usuarios de este régimen, pueden ser las personas de existencia visible o ideal, inscriptas en el registro de importadores de la Dirección General de Aduanas. Estos no abonarán los tributos que gravan la importación para consumo, pero deberán constituir una garantía por esos productos, que será devuelta cuando se exporte, (momento en que se abonan los derechos de exportación sólo por el valor agregado nacional).

Para acceder a este régimen legal, es necesario obtener un certificado de tipificación de importación temporal (CTIT), que incluye la relación insumo-producto y las mermas, los residuos y los sobrantes del proceso productivo.

El CTIT (ex CTC, certificado de tipificación y clasificación) es gestionado en la Secretaría de Industria, Comercio y PyME dependiente del Ministerio de Economía y Producción de la Nación. Una vez obtenido este certificado, debe ser presentado ante la Dirección General de Aduanas para poder hacer uso del régimen temporal.

El hecho de utilizar esta herramienta legal, permitirá a la empresa Flex Color ingresar la mercadería sin abonar los tributos los cuales representan el 26% de derechos para la importación de telas.

Una vez ingresados los insumos, la compañía Flex color realizará el proceso de producción de las cortinas con el fin último de exportarlas a la vecina República de Chile.

#### **4.4.2 Exportación de cortinas**

Una vez, finalizada la producción y teniendo la orden de compra completa, la empresa Flex color gestionará el certificado de origen, para que de esta forma la firma Sodimac (empresa importadora en Chile), pueda importar las cortinas a ese país con el beneficio preferencial (ACE 35) respecto del pago de gravámenes que en este caso representa el 100% para estos productos.

La República de Chile firmó en el marco del MERCOSUR, el 25/06/96, el ACUERDO DE COMPLEMENTACION ECONÓMICA N° 35, para de esta manera formar parte del Área de Libre Comercio, en un plazo máximo de 10 años.

Al final de este período, una parte sustantiva del comercio deberá estar desgravado y también eliminadas las restricciones no arancelarias, que afectan el comercio entre las partes.

#### **4.5 Régimen de origen del MERCOSUR**

En este punto, se desarrollará puntualmente el (régimen de origen del MERCOSUR); esto simplemente es el conjunto de requisitos que permiten garantizar que un producto ha sido elaborado en uno de los estados partes del bloque. Estas reglas o requisitos pueden ser generales o específicos.



Los bienes que cumplen con estas condiciones se denominan "originarios del MERCOSUR" y pueden ser comercializados entre los países del bloque sin el pago del arancel de importación.

El artículo 2° de la Decisión CMC N° 01/04 define el ámbito de aplicación del mismo, previendo que hasta el 1° de enero de 2006 los estados partes podrán requerir el cumplimiento del régimen de origen del MERCOSUR para todo el comercio intrazona. Este plazo fue prorrogado hasta el 31 de diciembre de 2010 por la Decisión CMC N° 20/05.

Las disposiciones vinculadas al Régimen de Origen MERCOSUR están contenidos en la Decisión CMC N° 01/04 y diversas normas complementarias.

Hay que tener en cuenta como principio general, que el régimen de origen MERCOSUR prevé que serán considerados originarios del MERCOSUR los bienes elaborados íntegramente en el territorio de cualquiera de los Estados Partes del MERCOSUR utilizando materiales originarios.

De igual forma, en el caso de los bienes elaborados utilizando materiales de terceros estados se prevé, como criterio general, que para ser considerados originarios del MERCOSUR los mismos cumplan con la condición de que el valor CIF de los insumos importados de estos países no exceda el 40% del valor FOB del bien final (regla del valor agregado), o bien, que al producto final le corresponda una clasificación arancelaria a nivel de partida arancelaria diferente de la de sus insumos (regla del salto de partida).

#### **4.5.1 Obtención del certificado de origen**

En las negociaciones con los demás países miembros de la ALADI, el MERCOSUR ha buscado negociar un régimen de origen similar al que tiene vigor internamente.

De esta forma, los productos que incorporen materiales no originarios de las partes signatarias, solamente cumplirán origen cuando el valor CIF de esos materiales no excediera el 40% del valor FOB de exportación de la mercadería final.

El régimen de Origen del ACE N° 35 admite, la acumulación regional, entre los estados partes del MERCOSUR, y entre los estados partes de MERCOSUR – Chile, entonces una determinada mercadería será considerada originaria de un país signatario, aunque contenga materiales de otro país signatario.

También, hay requisitos específicos de origen para algunos sectores, tales como: siderúrgico, bienes de capital, textil, químico, a través del proceso productivo y según el criterio de cambio de la posición arancelaria más el contenido regional.

Por último, una vez ya obtenido el certificado de origen de la mercadería y acondicionada la misma es exportada a Chile, con un plazo de 48 hs. de tránsito vía terrestre hasta su destino final.

#### **4.5.2 Convenio de Libre Comercio MERCOSUR –Chile**

El área de libre comercio está conformada por medio de un Programa de liberalización comercial, aplicado a los productos originarios de las partes signatarias.

El acuerdo, consiste en desgravaciones progresivas y automáticas que inciden sobre los gravámenes vigentes para terceros países en el momento de despacho aduanero de las mercaderías.

El programa está compuesto por diversas listas de bienes y sus respectivos cronogramas de desgravación. Las listas que contienen productos sin preferencias iniciales o con preferencias reducidas, traducen las sensibilidades de las partes (productos que necesitan de protección por determinado período).

Aunque en el acuerdo sea negociado todo el universo arancelario, existe un número reducido de productos caracterizados como excepciones temporarias, que comenzarán a sufrir desgravaciones a partir del décimo año, alcanzando la desgravación total en un plazo de 15 años.

#### **4.5.3 Procedimientos para exportaciones al amparo del ACE N° 35**

El exportador, deberá verificar a cuál cronograma de desgravación está sometido su producto. El beneficio arancelario es previsto para los productos que comprueben origen, debiendo por lo tanto el exportador tramitar el certificado de origen MERCOSUR-Chile y ser remitido al importador.

## **4.6 La Legislación Argentina**

### **4.6.1 Breve explicación del Régimen Temporario Decreto Nacional 1330/2004**

El decreto nacional 1330/2004, establece específicamente las condiciones para la importación temporaria de mercaderías destinadas a recibir un perfeccionamiento industrial. También impone la obligación de exportarlas para consumo a otros países bajo las nuevas formas resultantes.

Este documento, describe las mercaderías incluidas en el régimen, las que no abonarán los tributos que gravan la importación para consumo.

Por otro lado faculta como órgano de contralor a la Secretaría de Industria, Comercio y de la Pequeña y Mediana Empresa, para que disponga las incorporaciones o eliminaciones que estime necesarias.

También, incluye la intervención de la Administración Federal de Ingresos Públicos, en lo que concierne con los procedimientos necesarios para implementar en el -sistema informático María- en lo que respecta a los aspectos inherentes al régimen temporal.

Se observa, que el régimen de importación temporaria para perfeccionamiento industrial constituye un instrumento apto para expandir las exportaciones y estimular la actividad económica del país.

De tal manera, se efectuaron modificaciones que permitieron simplificar los trámites y mejorar los controles administrativos reemplazando el sistema creado por la Resolución N° 72 del 20 de enero de 1992 del ex- Ministerio de economía y obras y servicios públicos y el Decreto N° 1439 del 11 de diciembre de 1996.

Además, hay que tener en cuenta que a través el Artículo 277 de la Ley N° 22.415 el Poder Ejecutivo Nacional, está facultado para acordar regímenes especiales de importación temporaria.

Por lo tanto, el presente instrumento legal constituye un régimen especial de importación temporaria con objetivos promocionales, de acuerdo con lo previsto en el inciso e) del Artículo 1° y en el Artículo 7° de la Ley N° 23.101.

#### **4.7 Los consumidores internacionales**

La empresa nacional Flex Color SRL. ha establecido una diferencia entre sus clientes y los ha distinguido de la siguiente manera:

- Pequeños Clientes: son aquellos que solicitan una mínima cantidad de productos, por lo general son dueños de casa.
- Medianos Clientes: son aquellos que requieren de un trabajo en conjunto con Flex Color SRL. y son de mayor envergadura.
- Grandes Clientes: son aquellos que requieren un trabajo más elaborado y de grandes proporciones, por lo general se realizan durante un período de tiempo más prolongado.

Se puede nombrar el más relevante: *Home center Sodimac*: Sodimac, sigla de Sociedad Distribuidora de Materiales de Construcción, es una empresa chilena dedicada al rubro de la construcción y al mejoramiento del hogar, perteneciente al holding Falabella, presente en países como Perú, Colombia y Argentina. Creada en Valparaíso el año 1952, con sede en Santiago de Chile presentando ingresos por US\$ 900 millones y 10.000 empleados es una de las empresas en rubro *retail* más importante de ese país.

#### **4.8 Competidores actuales internos**

Si bien los competidores actuales internos son empresas pertenecientes a grupos multinacionales encargadas de representar los productos, orientadas a la distribución y exportación a través de sus filiales, presentan una debilidad respecto de la empresa que es la localización de la misma respecto de la logística internacional.

Esta empresa Flex Color S.R.L; al tener su sede en la provincia de Mendoza le permite optimizar costos y tiempos en la entrega de los pedidos.

#### 4.9 Algunas de las empresas competidoras del mercado interno

- VELUX Argentina S.A., es una compañía independiente del Grupo VELUX España con sede en Corrientes 598 Piso 1 oficina. 13 Olivos Provincia de Buenos Aires.
- LUXAFLEX S.A., es una empresa de grupo Holandes Hunter Douglas con sede en Laprida 4755 Villa Martelli Provincia de Buenos Aires.
- UMBELLA- empresa nacional dedicados a la producción de cortinas Roller y aberturas de PVC con sede en Av. Elcano 4893/5 Ciudad de Buenos Aires

#### 4.10 Competidores potenciales externos y proveedores

Los competidores externos presentan un gran desafío a la hora de tratar de compartir el mercado debido a la localía y el cotidiano trato con los clientes, pero ahí que la empresa Flex Color a través de su estrategia de costos y la utilización de los canales primarios de comercialización intentara introducir sus productos en el mercado meta.

A continuación se detalla algunos de los competidores externos:

- AC SALUX Cortinas & Persianas, distribuidores autorizados de *Luxaflex* y *Flexalum* con sede en la comuna Vitacura Santiago-Región metropolitana, Chile.
- Cortinas Roller, filial de Chile *Koex* y *Koin C&M* uno de los principales fabricantes en el mundo de cortinas tipo Roller originarios de China con sede en Arzobispo Valdivieso 407 Recoleta – Santiago Chile.
- Dinamarca; empresa multi-rubro empresa dedicada la comercialización de alfombras, toldos, persianas y cortinas.

Los dos principales proveedores de insumos ( telas ) son *Vertilux Ltd* que posee una vasta cadena de distribuidores y *Elero* proveedor de insumos plásticos y metálicos para la confección de cortinas.

#### **4.11 Análisis F.O.D.A de la empresa Flex Color**

##### **Fortalezas**

F1-Experiencia en la producción de todo tipo de cortinas.

F2-Capacidad instalada.

F3-Mano de obra calificada.

F4-Alto reconocimiento y posicionamiento en el mercado interno.

F5-Flexibilidad en la producción de cualquier cortinas roller o motorizadas en medidas y en serie.

F6-Mercado nacional en crecimiento.

F7-Productos de alta calidad.

##### **Oportunidades**

O1-Explorar el mercado Internacional.

O2-Alianza con otras empresas.

O3-La nueva constitución de la empresa permite nuevas oportunidades de negocios e inversión.

O4-Avances en la negociación con el futuro cliente del exterior

##### **Debilidades**

D1-Escasa experiencia en el mercado internacional

D2-Bajo poder negociador con proveedores y clientes.

D3-Al ser productos suntuarios son más vulnerables a las crisis económicas.

##### **Amenazas**

A1-La continuidad de la crisis económica provoca una baja en la demanda de los productos.

A2-Productos importados con bajos costos de producción.

A3-Medidas impositivas que tome la autoridad.

A4-Alternativas de financiamiento más caras.

**CUADRO N° 20**  
**Matriz FODA de la empresa Flex-Color**

<p align="center"><b>Factores internos</b></p>	<p align="center"><b>Fortalezas</b></p>	<p align="center"><b>Debilidades</b></p>
<p align="center"><b>Factores externos</b></p>	<p align="center"><b>FO</b></p>	<p align="center"><b>DO</b></p>
<p align="center"><b>Oportunidades</b></p> <p>O1 Explorar mercado Internacional. O2 Alianza con otras empresas. O3 Rápida adaptación al cambio de modas. O4 Avances en la negociación el futuro cliente del exterior.</p>	<p align="center"><b>FA</b></p> <p>(F1;F4;F6;O1) Consolidar la oferta de las cortinas en el mercado objetivo. (F2;F5;O2) Integrar nuevos clientes a través de sociedades comerciales. (F5;F7;O3;O4) Fomento de intercambios de tecnologías.</p>	<p align="center"><b>DA</b></p> <p>(O1;O2;D1) Diseñar medidas de marketing estratégico. (O1;O4;D2) Impulsar el estudio de nuevos mercados. (O1;O2;O3;O4;D3) Promover las exportaciones de los nuevos productos.</p>
<p align="center"><b>Amenazas</b></p> <p>A1 La continuidad de la crisis económica provoca una baja en la demanda de los productos. A2 Productos importados con bajos costos de producción. A3 Medidas impositivas que tome la autoridad. A4 Alternativas de financiamiento más caras.</p>	<p align="center"><b>FA</b></p> <p>(F1;F2;A1;A3;A4) Optimizar la capacidad instalada a través de innovaciones tecnológicas para reducir costos. (F1;F2;F3;F4;F5;F6;F7;A2) Fomentar la actualización de nuevas tendencias referidas a la moda a fin de maximizar beneficios.</p>	<p align="center"><b>DA</b></p> <p>(A1;A3;A4;D2;D3) Inclusión de un programa de orientación de costo-calidad. (A2;D1) Revisión del modelo productivo de acuerdo a la oferta exportable</p>

Fuente: elaboración propia

## **CAPITULO V**

### **ANÁLISIS ECONÓMICO FINANCIERO**

#### **5 Análisis comparativo del costo unitario: derechos pagos y garantizados**

En el presente capítulo se procederá a realizar el análisis económico-financiero del proyecto. De esta manera, el análisis que se expondrá a continuación permitirá conocer la perspectiva económica del proyecto en sí y la factibilidad del uso del régimen de importación temporal en sus diferentes etapas expresado en valores monetarios.

En este sentido, se hará uso de algunos indicadores que permitirán evaluar la implementación del régimen para reducir costos y la importancia del precio FCA de exportación para ganar el mercado objetivo.

Entre los indicadores de rentabilidad se utilizará el Valor Presente Neto (VAN), el cual mostrará en el presente el valor de los flujos de dinero de la empresa utilizando una tasa de descuento; la tasa interna de retorno (TIR) será otro indicador a utilizar, la cual representa la rentabilidad porcentual del proyecto considerando los flujos de dinero por año para luego hacer la comparación de la misma frente a la tasa de descuento. Finalmente se hará uso del análisis de rentabilidad de la inversión total y del capital propio para determinar el atractivo económico de exportar cortinas bajo el régimen anteriormente mencionado.

Para hacer uso de estos indicadores, se procederá a determinar los diferentes ingresos y egresos monetarios del proyecto.



En los siguientes cuadros se desarrolla una comparación de los costos unitarios de los insumos (en este caso telas) utilizados para la fabricación de una cortina. Se analiza el siguiente caso, la empresa necesita 178 rollos de tela a un precio de USD 820 para fabricar 5.511 unidades de cortinas para cubrir un stock de 5 años.

### CUADRO N° 21

#### Análisis comparativo del costo unitario de la tela *screen vision*, derechos pagados para el

#### Quinto año “egreso de la zona franca para consumo en el territorio aduanero” (ZFE1)

GRAVAMENES	PORCENTAJE	IMPORTE USD
CIF ZONA FRANCA MENDOZA		145.960,00
FLETE		0,01
SEGURO	0,00	0,01
AJUSTE FLETE		0,00
VALOR EN ADUANA		145.960,02
DERECHO IMPORTACION	0,26	37.949,61
TASA ESTADISTICA	0,50	72.980,01
24% ADICIONAL IMP. TEMP.	0,00	0,00
COMP. DE DESTINO u otro	0,00	0,00
BASE DE IVA		256.889,64
% IVA	0,21	53.946,82
% IVA ADICIONAL	0,10	25.688,96
% GANANCIAS	0,030	7.706,69
% Ing. BRUTOS	0,015	3.853,34
ARANCEL SIM		10,00
<b>TOTAL</b>		<b>202.135,44</b>
<b>TOTAL CIF ZONA FRANCA + DERECHOS PAGADOS</b>	<b>USD 202.135,44</b>	
<b>COSTO UNITARIO DE LA TELA SCREEN VISION</b>	<b>USD 36,67</b>	
<b>TOTAL CIF ZONA FRANCA + DERECHOS PAGADOS</b>	<b>\$ 788.328,22</b>	
<b>COSTO UNITARIO DE LA TELA SCREEN VISION</b>	<b>\$ 143,01</b>	

Fuente: elaboración propia

Este cuadro muestra el precio unitario de nacionalización de la mercadería procedente de zona franca Mendoza, se observa cómo ha aumentado el mismo por la inclusión de los gravámenes respecto del costo unitario de la tela que representa \$ 143,01 equivalentes a USD 36,67 a un tipo de cambio de USD 1 / \$ 3,90.

### CUADRO N° 22

**Análisis comparativo del costo unitario de la tela *screen vision*, derechos garantizados para el quinto año “importación temporaria para transformación sin documento de transporte (IT11)**

GRAVAMENES	PORCENTAJE	IMPORTE USD
CIF ZONA FRANCA MENDOZA		145.960,00
FLETE		0,01
SEGURO	0,00	0,01
AJUSTE FLETE		0,00
VALOR EN ADUANA		145.960,02
DERECHO IMPORTACION	0,26	37.949,61
TASA ESTADISTICA	0,50	72.980,01
24% ADICIONAL IMP. TEMP.	0,24	35.030,40
COMP. DE DESTINO u otro	0,00	0,00
BASE DE IVA		291.920,04
% IVA	0,21	61.303,21
% IVA ADICIONAL	0,10	29.192,00
% GANANCIAS	0,11	32.111,20
% Ing. BRUTOS	0,00	0,00
ARANCEL SIM		10,00
<b>TOTAL</b>		268.576,44
<b>TOTAL CIF ZONA FRANCA + DERECHOS GARANTIZADOS</b>	USD 268.576,44	
<b>COSTO UNITARIO DE LA TELA SCREEN VISION</b>	USD 48,73	
<b>TOTAL CIF ZONA FRANCA + DERECHOS GARANTIZADOS</b>	\$ 1.047.448,12	
<b>COSTO UNITARIO DE LA TELA SCREEN VISION</b>	\$ 190,06	

Fuente: elaboración propia

En el cuadro precedente se expone el análisis de importar insumos bajo el régimen temporal, como se puede observar el costo unitario de la tela es mayor al costo unitario de una importación común es decir pagando los derechos. Esto se debe a que se incluye un ítem del 24% correspondiente a un gravamen adicional por el hecho de utilizar el régimen, este último actúa como un derecho compensatorio en el caso de que la mercadería importada temporalmente no logre exportarse dentro de los 360 días y en este caso no cumpla con el régimen establecido. Se deberá nacionalizar la mercadería importada temporalmente en su momento, sancionándose con el pago del 2% por mes vencido.

El mecanismo utilizado para garantizar los derechos de importación es mediante la gestión de una póliza de caución, la cual puede ser obtenida por empresas aseguradoras y tramitadas vía sistema, lo único que se debe pagar bajo este régimen es el arancel SIM de USD 10,00.

### CUADRO N° 23

#### Análisis comparativo del costo unitario de la tela derechos garantizados y pagados

<b>COSTO UNITARIO DE LA TELA SCREEN VISION DERECHOS PAGADOS</b>	<b>\$ 143,10</b>
<b>COSTO UNITARIO DE LA TELA SCREEN VISION DERECHOS GARANTIZADOS</b>	<b>\$ 106,60</b>

Fuente: elaboración propia

Por último, se puede observar en el **CUADRO N° 21** los diferentes costos unitarios de la tela para las diferentes operativas, donde se aprecia un costo mayor de nacionalización de las mercaderías respecto del régimen temporal. Esto se debe a que el costo de la tela *Screen Vision* será el costo realmente pagado en el exterior en este caso \$ 106,60.

Por lo tanto, este trabajo académico se puede utilizar perfectamente para ser implementado en la política comercial de la empresa Flex Color, para de esta forma lograr mantener los productos con la misma calidad y fundamentalmente reducir los costos.

### 5.1 Cálculo del precio FCA Mendoza

La fijación de precios externos debe concebirse como una decisión estratégica que la empresa debe manejar eficazmente para incrementar su competitividad en el mercado internacional. Asimismo, constituye un elemento permanente en la gestión de negocio.

El precio de exportación representa un factor fundamental en el mix de marketing puesto que es el único factor que genera ingresos, los otros componentes generan costos. La estimación correcta del mismo es un elemento trascendental, de cuyo nivel dependerá el posicionamiento, la imagen del producto y/o servicio y la importancia de los clientes potenciales. Es por ello que la empresa una vez que ha logrado reducir su costo en insumos procederá a determinar el precio de exportación con el fin último de introducir su producto en el mercado objetivo.

**CUADRO N° 24**  
**Calculo precio FCA Mendoza**

<b>DETALLE</b>	<b>IMPORTE EN \$</b>	<b>PORCENTAJE</b>
MATERIAS PRIMAS NACIONALES	34,79	----
MATERIAS PRIMAS IMPORTADAS	106,60	----
MANO DE OBRA DIRECTA	20,00	----
COSTO DE ADMINISTRACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN	31,95	----
TOTAL COSTOS (EN \$)	193,34	----
UTILIDAD NETA		35,00%
DERECHO DE EXPORTACIÓN	----	5,00%
REINTEGRO IMPOSITIVO	----	5,75%
<b>PRECIO DE EXPORTACIÓN (VALOR FCA EN \$)</b>	<b>273,27</b>	

**Fuente:** elaboración propia

Este cuadro exhibe la información inicial del departamento de comercio exterior de la empresa Flex-Color. Los datos analizados en el mismo representan el cálculo del precio FCA Mendoza de exportación de las cortinas *Roller* a cadena *Screen Vision*, cuya presentación estándar es de 1,80 mts de alto por 1,35 mts de ancho expresada en metros cuadrados.

## 5.2 Plan de exportación

El plan de exportación es donde se proyecta las ventas anuales que se estima realizar los años subsiguientes. Usualmente el punto de partida de esta estimación es la venta del año anterior, donde se aumenta o disminuye en función de las acciones de venta previstas para el corriente año y de las condiciones de mercado esperadas. Estimar y proyectar las unidades a exportar con precisión ayudará a la firma a evitar problemas futuros de flujo de dinero, stocks inadecuados, falta o exceso de personal o problemas con la compra de materias primas. Este plan le permitirá a la firma identificar problemas y oportunidades.

La principal actividad de la empresa consiste en vender su producto por lo que en la medida en que las ventas hayan sido estimadas correctamente también se estarán calculando en forma correcta otras variables como producción, costos, etc. De esta forma un plan de exportación bien diseñado le permitirá al empresario enfocarse en crear valor para su empresa, en lugar de tener que solucionar problemas diarios que podrían haberse previsto.

**CUADRO N° 25**  
**Plan de exportación en unidades físicas**

EXPORTACIONES ANUALES					
PRODUCTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
UNIDADES FISICAS DE CORTINAS TIPO SISTEMA ROLLER A CADENA SCREEN VISION	3.600	3.960	4.356	4.792	5.511

**Fuente:** elaboración propia

En este cuadro se observa el análisis en el tiempo de los productos terminados destinados a la exportación. Se analiza la proyección anual a cinco años expresada en unidades físicas que la empresa desea exportar, exponiendo un crecimiento del 10% en el tercer año y un 15% en el quinto año.

**CUADRO N° 26**  
**Plan de exportación en unidades monetarias**

PRODUCTO	PRECIO (\$/Unidad)	1 AÑO	2 AÑO	3 AÑO	4 AÑO	5 AÑO
SISTEMA ROLLER A CADENA SCREEN VISION	273,27	983.772	1.082.149	1.190.364	1.309.401	1.505.991
TOTAL DE VENTAS		983.772	1.082.149	1.190.364	1.309.401	1.505.991

Fuente: elaboración propia

El siguiente cuadro presenta las exportaciones proyectadas a cinco años expresados en valores monetarios discriminando el precio por unidad producida. Como se puede observar en el quinto año el análisis en ventas arroja un saldo de \$ 1.505.991.

### 5.3 Costos del producto a exportar

La empresa trabaja con costos bajos pero siempre manteniendo la calidad, de manera de poder ofrecer precios que puedan ser competitivos con la oferta internacional, fijados éstos sobre bases realistas, ya que tanto los precios de venta como los costos, no son los mismos que en el mercado interno.

Los cuadros precedentes muestran un análisis comparativo de cómo quedaría conformado el costo unitario de las cortinas *roller screen vision* para una importación a consumo y una importación temporal del insumo tela.

**CUADRO N° 27**  
**Costo del producto**

Costo unitario de la cortina insumo temporal

COMPONENTES	COSTO/\$
COMANDO	3,76
CADENA	3,24
SOPORTE LARGO	0,91
TAPAS	6,00
SOPORTE CORTO	0,65
TUBO DE ALUMINIO	14,50
PUNTERO	5,73
<b>TELA SCREEN VISION</b>	<b>106,60</b>
<b>TOTAL</b>	<b>141,39</b>

Costo unitario de la cortina insumo a consumo

COMPONENTES	COSTO/\$
COMANDO	3,76
CADENA	3,24
SOPORTE LARGO	0,91
TAPAS	6,00
SOPORTE CORTO	0,65
TUBO DE ALUMINIO	14,50
PUNTERO	5,73
<b>TELA SCREEN VISION</b>	<b>143,01</b>
<b>TOTAL</b>	<b>177,80</b>

Fuente: elaboración propia

Este análisis describe cada uno de los valores de las partes que intervienen en el proceso de fabricación del sistema *roller a cadena screen vision*, en el cual también se destaca el costo unitario de las telas *screen vision* ingresada bajo el régimen temporal y a consumo, se puede observar cómo se incrementó un costo respecto del otro debido a la carga de gravámenes de importación.

**CUADRO N° 28**  
**Costo variable anual de exportación**

EXPORTACIONES ANUALES					
PRODUCTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
UNIDADES FISICAS DE CORTINAS TIPO SISTEMA ROLLER A CADENA SCREEN VISION	3.600	3.960	4.356	4.792	5.511

**Fuente:** elaboración propia

El costo variable anual en pesos por año representa las variaciones del volumen de producción y el nivel de actividad de la empresa en función de las órdenes de compra del importador. Como se observa en el **CUADRO N° 28** el costo unitario variable a utilizar es el ingresado bajo el régimen temporal cuyo último fin es la de tener un ventaja competitiva en el mercado objetivo.

#### **5.4 Costos del Departamento de Comercio Exterior**

La creación del Departamento de Comercio Exterior permitirá a la empresa realizar relevamiento de la información comercial del interior y del exterior, crear un banco de datos a fin de realizar investigaciones en los mercados externos, evaluar la participación en ferias, exposiciones y rondas de negocios, evaluar y establecer un seguimiento de la cartera de clientes (informes comerciales).

Otro punto a destacar es la determinación de las condiciones del despacho aduanero, transporte y seguro internacional, evaluación de los intermediarios, control de toda la cadena de distribución física de la mercadería con el fin último de entregar la mercadería en tiempo y forma.

**CUADRO N° 29****Puestos a crear**

	SUELDO BÁSICO	S.A.C. 8,3%	C. SOC. 25,0%	OTROS 5,0%	TOTAL MENSUAL/\$
ADMINISTRACIÓN RESPONSABLE ÁREA CONTABLE	1.800	150	488	90	2.528
COMERCIALIZACIÓN LIC. COMERCIO INTERNACIONAL	4.500	375	1.219	225	6.319

Fuente: elaboración propia

A la empresa se le plantea la necesidad de contratar especialistas en comercio internacional y administración debido a la creación del nuevo departamento de comercio exterior, por lo cual se deja asentado en este cuadro el costo de los mismos.

**CUADRO N° 30****Costos anuales del departamento de comercio exterior**

CONCEPTO / PERÍODO	AÑO	AÑO	AÑO	AÑO	AÑO	TOTAL/\$
ADMINISTRACIÓN	1	2	3	4	5	
INTERNET	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	6.000
LIBRERÍA Y PAPELERÍA	2.040	2.040	2.040	2.040	2.040	10.200
TELEFONÍA CELULAR	3.600	3.600	3.600	3.600	3.600	18.000
TELEFONÍA FIJA	4.500	4.500	4.500	4.500	4.500	22.500
RESPONSABLE ÁREA CONTABLE	30.330	30.330	30.330	30.330	30.330	151.650
<b>TOTAL ADMINISTRACIÓN</b>	<b>41.670</b>	<b>41.670</b>	<b>41.670</b>	<b>41.670</b>	<b>41.670</b>	<b>208.350</b>
COMERCIALIZACIÓN						
GASTOS DE PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD	35.000	35.000	35.000	35.000	35.000	175.000
GASTOS DE DESPACHO	1.200	2.850	3.420	3.990	5.130	16.590
VIAJES Y ESTADÍAS	26.000	26.000	26.000	26.000	26.000	130.000
FLETE	3.000	3.000	3.000	3.000	3.000	15.000
LIC. COMERCIO INTERNACIONAL	75.825	75.825	75.825	75.825	75.825	379.125
<b>TOTAL COMERCIALIZACIÓN</b>	<b>141.025</b>	<b>142.675</b>	<b>143.245</b>	<b>143.815</b>	<b>144.955</b>	<b>715.715</b>
<b>COSTO TOTAL ANUAL/\$</b>	<b>182.695</b>	<b>184.345</b>	<b>184.915</b>	<b>185.485</b>	<b>186.625</b>	<b>924.065</b>

Fuente: elaboración propia



Los costos anuales del departamento de comercio exterior está conformado por las áreas de producción, administración y comercialización, de forma tal que la interconexión de las mismas brinde información clara y eficiente con el fin último de realizar una óptima exportación.

**CUADRO N° 31**  
**Inversiones del proyecto**

CONCEPTO	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	TOTAL/\$
<b>ACTIVOS TANGIBLES</b>			
MUEBLES Y ÚTILES	1	15.000	15.000
<b>TOTAL ACTIVOS TANGIBLES</b>			<b>15.000</b>
<b>RUBROS ASIMILABLES</b>			
CAMPAÑA DE MARKETING	1	25.000	25.000
DESARROLLO DE MARCA	1	35.000	35.000
DISEÑO Y CREACIÓN DE PÁGINA WEB	1	1.000	1.000
GASTOS DE ORGANIZACIÓN	1	2.500	2.500
GASTOS DE PUESTA EN MARCHA	1	5.000	5.000
INTERESES DURANTE LA PUESTA EN MARCHA	1	1.500	1.500
<b>TOTAL RUBROS ASIMILABLES</b>			<b>70.000</b>
<b>TOTALES/\$</b>			<b>85.000</b>

**Fuente:** elaboración propia

Para la creación del departamento de comercio exterior se debió realizar las inversiones que muestra el **CUADRO N° 31** de acuerdo a las necesidades inmediatas de la empresa en función de un óptimo desempeño.

### **5.5 Exportación del producto y cancelación de los insumos temporales**

Al reexportar el producto elaborado y así, cancelar la importación temporal en tiempo y forma, se deberá contar con un Certificado de Tipificación extendido por la Secretaría de Industria y Comercio en donde se especifique con exactitud cuál es la parte importada temporalmente de la totalidad del nuevo producto elaborado o transformado.

Tal la elaboración y/o transformación pueden aparecer "mermas" y/o "pérdidas" por lo que este certificado muestra la relación insumo producto y su porcentaje de pérdida. Se analiza también la exportación del primer año.

### CUADRO N° 32

#### Certificado de tipificación (CTIT) relación insumo – producto

INSUMO TELA	NCM	PRODUCTO CORTINA	NCM	PERDIDA
354 GRS	5903.90	1 UNIDAD	6303.99	2%

Fuente: elaboración propia

El **CUADRO N° 32** muestra la relación insumo-producto de las cortinas donde se analiza que para 354 grs de tela importada temporalmente se produce una unidad de cortina. Además este certificado establece una pérdida del 2% de tela utilizada en la fabricación, esto se debe a que parte del insumo en el proceso productivo se pierde, lo que significa que el insumo importado temporalmente no podrá consumirse totalmente debido a la pérdida anteriormente mencionada, por lo que al momento de realizar las exportaciones e ir consumiendo la importación temporal quedará un saldo en insumos que deberá cancelarse mediante una destinación de importación llamada “Importación a consumo de residuos importados temporales con CTIT (IC84)”.

### CUADRO N° 33

#### Exportación a consumo c/dit con transformación.(EC03)

GRAVAMENES	PORCENTAJE	IMPORTE USD
FCA		252.249,00
INSUMOS IMPORTADOS		130.514,00
VALOR EN ADUANA		115.937,98
DERECHO DE EXPORTACIÓN	5,00%	5.796,90
REINTEGRO IMPOSITIVO	5,75%	6.666,43
<b>TOTAL GRAVAMENES</b>		<b>12.463,33</b>

Fuente: elaboración propia

El **CUADRO N° 33** muestra las exportaciones totales del primer año expresadas en dólares americanos para un tipo de cambio de USD 1 / \$ 3,90 y analiza la cancelación total de la importación temporal para ese año, incluido los derechos de exportación y su respectivo reintegro.

### 5.6 Flujos de fondos del proyecto

Para medir la rentabilidad del departamento de comercio exterior se analizará el siguiente cuadro y sus variables.

#### CUADRO N° 34

##### Flujo de fondos

VARIABLES	MONTO \$					
INVERSION EN ACTIVOS FIJOS	15.000,00					
CAPITAL DE TRABAJO	569.244,00					
INVERSION INTANGIBLE	70.000,00					
INVERSIÓN TOTAL DEL PROYECTO	654.244,00					
	FLUJO DE CAJA EN \$					
DETALLE	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INVERSION INICIAL	-654.244,00					
INGRESOS POR VENTA		983.772,00	1.082.149,00	1.190.364,00	1.309.401,00	1.505.991,00
<b>TOTAL INGRESOS:</b>		<b>983.772,00</b>	<b>1.082.149,00</b>	<b>1.190.364,00</b>	<b>1.309.401,00</b>	<b>1.505.991,00</b>
Costos de administración y comercialización		182.695,00	184.345,00	184.915,00	185.485,00	18.625,00
Costos variables		509.004,00	559.904,00	615.895,00	677.484,00	779.200,00
<b>TOTAL EGRESOS:</b>		<b>691.699,00</b>	<b>744.249,00</b>	<b>800.810,00</b>	<b>862.969,00</b>	<b>797.825,00</b>
<b>FLUJO NETO DEL PROYECTO:</b>	<b>-654.244,00</b>	<b>292.073,00</b>	<b>337.900,00</b>	<b>389.554,00</b>	<b>446.432,00</b>	<b>708.166,00</b>
<b>SALDO ACUMULADO DEL FLUJO:</b>	<b>-654.244,00</b>	<b>-362.171,000</b>	<b>-316.344,00</b>	<b>-264.690,00</b>	<b>-207.812,00</b>	<b>53.922,00</b>

Fuente: elaboración propia

**CUADRO N° 35**  
**Evaluación financiera**

<b>Valor actual neto (VAN) =</b>	<b>\$ 227.429,42</b>
<b>Tasa interna de retorno modificada (TIRM) =</b>	<b>25,54%</b>
<b>Periodo de recupero de capital (PRD) =</b>	<b>5</b>
<b>Período</b>	<b>Flujo de Caja</b>
0,00	-654.244,00
1,00	292.073,00
2,00	337.900,00
3,00	389.554,00
4,00	446.432,00
5,00	708.166,00

**Fuente:** elaboración propia

La rentabilidad presentada por este cuadro no tiene en cuenta la financiación externa de modo tal que muestra una mayor inversión en el período “0” con signo negativo, sin embargo la rentabilidad de utilidad sobre las ventas en el quinto período es del 47,02% con un VAN del \$306.455 utilizando una tasa de descuento del 14,00% y una TIR modificada del 25,54%.

## CONCLUSIONES

La economía plantea el estudio de los problemas que trazan las transacciones comerciales, por ende cuando se habla de economía internacional, significa vincular a diferentes agentes de diferentes países con la necesidad de establecer actividades comerciales.

El sistema de comercialización configurado por un conjunto de agentes económicos constituye, junto con el sistema productor y el sistema consumidor, los engranajes fundamentales de un sistema económico, cualquiera sea su forma. Se advierte entonces que el comercio internacional es el intercambio de bienes económicos que se efectúa entre los habitantes de dos o más Estados, de tal manera, que se de origen a salidas de mercancía de un país (exportaciones) entradas de mercancías (importaciones) procedentes de otros países.

Los datos demuestran que existe una relación estadística indudable entre un comercio más libre y el crecimiento económico.

Todos los países, incluidos los más pobres, tienen activos -humanos, industriales, naturales y financieros- que pueden emplear para producir bienes y servicios para sus mercados internos o para competir en el exterior.

La economía nos enseña que podemos beneficiarnos cuando esas mercancías y servicios se comercializan.

Dicho simplemente, el principio de la "ventaja comparativa" significa que las empresas prosperan, en primer lugar, aprovechando sus activos para concentrarse en lo que pueden producir mejor, y después intercambiando estos productos por los productos que otros países producen mejor.

Por otro lado el proceso de desarrollo demanda cambios fundamentales, adoptando distintos sistemas de trabajo que garanticen la estabilidad de la empresa.

La estrategia para llevar a cabo un programa de desarrollo, dependerá entonces de la propia problemática, circunstancias y estado de crecimiento que tenga cada empresa.

Se ha desplegado brevemente un enfoque de lo que es un organismo regional, en el lenguaje de las relaciones internacionales y el comercio internacional, presentando en este caso al Mercado Común del Sur (MERCOSUR). El desarrollo de este capítulo sirvió para mostrar los acuerdos, que generalmente se utiliza en el comercio internacional de las cortinas y los beneficios otorgados por el bloque regional.

Se desarrolló brevemente el régimen de origen del MERCOSUR; los que simplemente son requisitos que permiten garantizar que un producto ha sido elaborado en uno de los estados partes del bloque. Estos pueden ser generales o específicos.

En tanto se observa que los bienes que cumplen con estas condiciones son denominados "originarios del bloque" y pueden ser comercializados entre los países del bloque sin el pago del arancel de importación.

Como se explica anteriormente, el régimen de origen prevé que serán considerados originarios del mismo los bienes elaborados íntegramente en el territorio de cualquiera de los estados partes del mismo, utilizando materiales originarios. Ahora, en el caso de los bienes elaborados utilizando materiales de terceros estados partes se prevé, como criterio general, que para ser considerados originarios, los mismos cumplan con la regla del valor agregado, o bien, se aplique la regla del salto de partida.

En cuanto a la legislación argentina, se pudo analizar el decreto nacional 1330/2004, que en su texto establece específicamente las condiciones para la importación temporaria de mercaderías destinadas a recibir un perfeccionamiento industrial.

También, describe las mercaderías incluidas en ese régimen, las que no abonan los tributos que gravan la importación para consumo. El régimen de importación temporaria para perfeccionamiento industrial constituye por lo tanto un instrumento idóneo para expandir las exportaciones y estimular la actividad económica del país.

En el Capítulo III desarrollo una visión histórica y comercial detallada de lo que es el "Mercado Objetivo" de interés. Como se ha mencionado oportunamente, Chile a lo largo de los últimos años, ha mantenido una estabilidad económica importante, lo que ha llevado a este país ha convertirse en un destino exitoso, seguro y apetecible para el intercambio comercial a nivel internacional.

En este estudio, también se analizó los sectores con potencialidad de ingreso al mercado chileno y aquellos que presentan mayores dificultades, con el objeto de favorecer el acceso de productos.

Como se expuso oportunamente al comienzo del documento, la empresa Flex Color, ya sea por desconocimiento o por hábito, no utilizó, ni utiliza en su comercio habitual ningún tipo de legislación especial.

Ante ello, en este trabajo, se propuso y se demostró, que aplicando una de las tantos instrumentos legales que posee el comercio internacional,(se está hablando en este caso del llamado “Régimen Temporal”), se mejoró no solamente el espacio en que se puede realizar las operatorias comerciales, sino también las ganancias, ya que los costos en las transacciones son reducidos notablemente, como se ha explicado apropiadamente en el proceso de los capítulos IV y V.

Por otro lado, hay que tener en cuenta los beneficios que otorga -Zona Franca- de Mendoza, la cual como se explicó anteriormente, representa un importante polo comercial, debido a las exenciones del pago de gravámenes al momento de realizar las transacciones comerciales desde y hacia el territorio nacional.

También, se realizó distintos cuadros de análisis referente a: información, cálculos, y proyecciones futuras concerniente a: economía, productos, moneda, inversiones, financiamiento y exportaciones, todo ello bajo el “régimen temporal” que se propuso.

De igual forma, es importante destacar, que es sustancial la creación de una *Oficina o Departamento de Comercio Exterior*, dentro de la empresa Flex Color, para la aplicación de la legislación y lograr la correcta coordinación con la parte operativa, para poder realizar un mecanismo sincronizado de exportación al “mercado objetivo”, ( Chile).

## FUENTES DE INFORMACION

### Primarias:

1. Entrevista con el gerente general de la empresa Flex-Color S.R.L el Sr Vidal Marti
2. Entrevista con el gerente regional de la empresa Clement y Asociados S.R.L

### Secundarias:

#### Bibliografía:

1. COLAIÁCOVO, Juan Luís; “Canales de comercialización internacional”. Ed. Macchi. Buenos Aires. 1992.
2. FRATALOCCHI, Aldo; “Como exportar e importar”. Ed. EGLO S.A. Buenos Aires. 1991.
3. Documentos del Grupo de los 24 Elementos para la Acción de América Latina y el Caribe. (SP/DRE/Di No.5), Caracas, 1994
4. OMC-Banco Mundial-FMI. La Agenda de los Países Industrializados y los Organismos Económicos Internacionales. SP/CL/XXIII.O/Di No. 9
5. TAMAMES Ramón, Begoña G. Huerta; “Estructura económica internacional”, Ed. Alianza. España. 2001.
6. Tratados y documentos internacionales. Zavalía
7. Derecho Internacional Público. Barboza
8. Código de Comercio de la Republica Argentina.
9. Código aduanero de la República Argentina. Ed. Zavalía. 2003. Mendoza.
10. Decreto Nacional Reglamentario 1330/2004. “Régimen de importación temporaria para perfeccionamiento industrial”. Poder Ejecutivo Nacional 30-09-2004.



**Sitios World Wide Web consultados**

1. PALAVECINO; Federico M. Estructura Tributaria de Exportación y Venta al Exterior (en línea). Disponible en world wide web <http://www.iaea.org.ar/revistas/13/palavecino-miguez.pdf>. Consultado el 29 de agosto del 2009.
2. MARTINEZ; Mariano. Importacion temporal de insumos para bienes intermedios(en línea). Disponible en world wide web <http://www.clement.com.ar/sitio/infocomex/author/mmartinez/page/2/>. Consultado el 31 de agosto del 2009.
3. PALAVECINO; Federico M. Estructura Tributaria de Exportación y Venta al Exterior (en línea). Disponible en world wide web <http://www.iaea.org.ar/revistas/13/palavecino-miguez.pdf> Consultado el 29 de agosto del 2009.
4. INTI.; Importación temporal. (en línea). Disponible en world wide web <http://www.inti.gov.ar/pare/legales/dec1330-04.htm>. Consultado el 29 de agosto del 2009.
5. CDA (Centro de despachantes de aduana); Procedimientos Técnicos (en línea). Disponible en world wide web <http://www.cda-argentina.org.ar/index.php?option>. Consultado el 29 de agosto del 2009.
6. SECRETARIA DE INDUSTRIA, COMERCIO Y PYME . Subsecretaria de política y gestión comercial CTIT (en línea). Disponible en world wide web [www.comercio.gov.ar/ctit/](http://www.comercio.gov.ar/ctit/). Consultado el 1 septiembre del 2009.
7. FUNDACION PRO TEJER. Mercados informes y estadística ( en línea ). Disponible en world wide web <http://www.fundacionprotejer.org/mercado-informes.php> . Consultado el 5 de octubre de 2009.
8. CEI (Comercio exterior e Integración). El sistema global de preferencias comerciales entre países en desarrollo. Disponible en world wide web <http://www.cei.gov.ar/revista/17/parte4.pdf>. Consultado el 5 de octubre de 2009.
9. BANCO CENTRAL DE CHILE. Indicadores economicos. (en línea). Disponible en world wide web <http://www.bcentral.cl/publicaciones/finaciero/polit01.htm>

10. MINISTERIO DE RELACIONES EXTERIOR DE CHILE; Informe Económico y Comercial (en línea). Disponible en world wide web [http://www.minrel.gov.cl/prontus\\_biblioarchivo/site/artic/20080719](http://www.minrel.gov.cl/prontus_biblioarchivo/site/artic/20080719). Consultado el 6 de octubre del 2009
11. MINISTERIO DE RELACIONES EXTERIORES, COMERCIO INTERNACIONAL Y CULTO DE LA REPÚBLICA ARGENTINA. Estudios de mercado. (en línea). Disponible en world wide web [http://www.argentinatradenet.gov.ar/sitio/mercado/\\_perfiles/chile.asp](http://www.argentinatradenet.gov.ar/sitio/mercado/_perfiles/chile.asp). Consultado el 6 de octubre de 2009.

**ANEXO I**

## IMPORTACIONES

Decreto 1330/2004

Establecerse condiciones para la importación temporaria de mercaderías destinadas a recibir un perfeccionamiento industrial, con la obligación de exportarlas para consumo a otros países bajo las nuevas formas resultantes. Descripción de las mercaderías incluidas en el régimen, las que no abonarán los tributos que gravan la importación para consumo. Facultase a la Secretaría de Industria, Comercio y de la Pequeña y Mediana Empresa a disponer las incorporaciones o eliminaciones que estime necesarias. Intervención de la Administración Federal de Ingresos Públicos en relación con los procedimientos necesarios para implementar en el Sistema Informático María aspectos inherentes al régimen que se aprueba.

Bs. As., 30/9/2004

VISTO el Expediente N° S01:0187890/2002 del Registro del ex-MINISTERIO DE LA PRODUCCION, y

## CONSIDERANDO:

Que el régimen de importación temporaria para perfeccionamiento industrial constituye un instrumento apto para expandir las exportaciones y estimular la actividad económica del país.

Que se estima necesario efectuar modificaciones que permitan simplificar los trámites y mejorar los controles administrativos reemplazando el sistema creado por la Resolución N° 72 del 20 de enero de 1992 del ex-MINISTERIO DE ECONOMIA Y OBRAS Y SERVICIOS PUBLICOS y el Decreto N° 1439 del 11 de diciembre de 1996.

Que por el Artículo 277 de la Ley N° 22.415 el PODER EJECUTIVO NACIONAL está facultado para acordar regímenes especiales de importación temporaria.

Que el presente instrumento constituye un régimen especial de importación temporaria con objetivos promocionales, de acuerdo con lo previsto en el inciso e) del Artículo 1° y en el Artículo 7° de la Ley N° 23.101.

Que la Dirección General de Asuntos Jurídicos del MINISTERIO DE ECONOMIA Y PRODUCCION ha tomado la intervención que le compete.

Que el presente decreto se dicta en virtud de las facultades conferidas por el Artículo 277 de la Ley N° 22.415 y por los Artículos 2° y 7° de la Ley N° 23.101.

Por ello,

EL PRESIDENTE DE LA NACION ARGENTINA DECRETA:

**Artículo 1°** — En las condiciones establecidas en el presente decreto podrán importarse temporariamente mercaderías destinadas a recibir un perfeccionamiento industrial, con la obligación de exportarlas para consumo a otros países bajo las nuevas formas resultantes, dentro del plazo autorizado.

**Art. 2°** — Se entiende por mercadería la definida en el Artículo 10, apartado 1, del Código Aduanero.

Por perfeccionamiento industrial considerase a todo proceso de manufactura que implique una transformación, elaboración, combinación, mezcla; rehabilitación, reparación; montaje o incorporación a conjuntos o aparatos de mayor complejidad tecnológica y/o funcional.

La Autoridad de Aplicación evaluará cuando se trate de un proceso de fraccionamiento de mercaderías, la factibilidad de que éste pueda estar comprendido dentro del alcance del presente régimen.

Asimismo, podrá incorporar aquellos procesos que por sus características no desvirtúen la finalidad del régimen.

**Art. 3°** — Quedan, asimismo, comprendidas en el presente régimen las mercaderías que desaparecen total o parcialmente en el proceso productivo, las que constituyen elementos auxiliares para dicho proceso y las que fuesen auxiliares habituales de la práctica comercial, aptas para envasar, contener y acondicionar, siempre que estas últimas se exporten con las respectivas mercaderías.

**Art. 4°** — Las mercaderías que se importen al amparo del presente régimen no abonarán los tributos que gravan la importación para consumo, siendo exigibles las tasas retributivas de servicios con excepción de las de estadística y de comprobación de destino.

**Art. 5°** — Podrán ser usuarios del presente régimen las personas de existencia visible o ideal, inscriptas en el Registro de Importadores y Exportadores de la Dirección General de Aduanas dependiente de la ADMINISTRACION FEDERAL DE INGRESOS PUBLICOS del MINISTERIO DE ECONOMIA Y PRODUCCION, que sean usuarias directas de la mercadería objeto de la importación temporaria. La Autoridad de Aplicación podrá autorizar a otros usuarios que no sean directos, siempre que quien registre la importación temporaria asuma la titularidad y responsabilidad de la operatoria.

**Art. 6°** — La mercadería importada bajo el presente régimen deberá ser exportada para consumo bajo la nueva forma resultante del perfeccionamiento industrial, dentro del plazo de TRESCIENTOS SESENTA (360) días computados desde la fecha de su libramiento.

**Art. 7º** — Cuando se trate de bienes de producción no seriada comprendidos en las posiciones arancelarias de la Nomenclatura Común del MERCOSUR (N.C.M.) que se detallan en el Anexo que consta de DOS (2) planillas y que forma parte integrante del presente decreto, el plazo será de SETECIENTOS VEINTE (720) días.

**Art. 8º** — Cuando la mercadería importada en las condiciones que establece el presente régimen, deba ser exportada en cumplimiento de un programa de entregas y/o de larga ejecución, cuya operatoria responda a características particulares en función de las exigencias contractuales, la SECRETARIA DE INDUSTRIA, COMERCIO Y DE LA PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA del MINISTERIO DE ECONOMIA Y PRODUCCION podrá otorgar, en los términos y condiciones que ésta determine, un plazo especial para el cumplimiento de la obligación de exportar.

**Art. 9º** — Cuando razones debidamente justificadas impidan la exportación de las mercaderías importadas en las condiciones previstas en el Artículo 1º dentro de los plazos establecidos en los Artículos 6º y 7º, y el otorgado de acuerdo al Artículo 8º del presente decreto, el interesado podrá solicitar por única vez el otorgamiento de una prórroga.

La Dirección General de Aduanas podrá otorgar dicha prórroga sujeta a la previa autorización de la SECRETARIA DE INDUSTRIA, COMERCIO Y DE LA PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA, conforme a la reglamentación que se dicte.

**Art. 10.** — Facúltase a la SECRETARIA DE INDUSTRIA, COMERCIO Y DE LA PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA a disponer las incorporaciones o eliminaciones que estime necesarias en la lista del Anexo que consta de DOS (2) planillas y que forma parte integrante del presente decreto.

**Art. 11.** — Cuando se presente una situación de desastre natural de carácter catastrófico, guerra civil o internacional, declarada o no, revolución, sublevación, confiscación, expropiación, prohibición o restricción de importar en el país de destino, cancelación no imputable al comprador, de emergencia agropecuaria declarada o de incendio u otras razones de fuerza mayor, la Dirección General de Aduanas concederá una extensión del plazo contemplado en el presente decreto, por un único período de hasta TRESCIENTOS SESENTA (360) días.

La extensión del plazo estará sujeta a la previa autorización expresa de la SECRETARIA DE INDUSTRIA, COMERCIO Y DE LA PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA, conforme a la reglamentación que se dicte.

**Art. 12.** — La SECRETARIA DE INDUSTRIA, COMERCIO Y DE LA PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA podrá autorizar por única vez, la transferencia total o parcial de la mercadería importada temporariamente, cuando el importador acredite fehacientemente la imposibilidad de cumplir con los compromisos asumidos bajo el presente régimen, en las condiciones que esa Secretaría establezca.

En tales supuestos, las garantías serán de exclusiva responsabilidad del importador original.

**Art. 13.** — El usuario directo del régimen podrá, previa comunicación al Servicio Aduanero, entregar las mercaderías objeto de la importación temporaria para su procesamiento a un tercero. No obstante, la responsabilidad de efectivizar la exportación del bien resultante continuará estando a cargo del usuario del presente régimen.

**Art. 14.** — La exportación para consumo de la mercadería importada temporariamente luego de ser sometida al perfeccionamiento industrial, podrá realizarse por cuenta y orden del beneficiario del presente régimen subsistiendo la responsabilidad del importador. Asimismo, la mercadería podrá ser exportada conteniendo otra mercadería de exportación.

**Art. 15.** — El beneficiario del presente régimen deberá previamente obtener el Certificado de Tipificación de Importación Temporaria (C.T.I.T.), que emitirá la SECRETARIA DE INDUSTRIA, COMERCIO Y DE LA PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA.

El Certificado determinará la relación insumo-producto, detallando insumos, mermas, sobrantes, residuos y/o pérdidas que conformen el producto.

El mismo deberá presentarse en oportunidad de tramitarse una Solicitud de Destinación Suspensiva de Importación Temporaria ante la Dirección General de Aduanas.

Por razones debidamente justificadas, el mencionado Organismo podrá autorizar la Solicitud de Destinación Suspensiva de Importación Temporaria, cuando la SECRETARIA DE INDUSTRIA, COMERCIO Y DE LA PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA comunique que el usuario ha presentado un informe técnico preliminar respecto del proceso de perfeccionamiento industrial involucrado, conforme las condiciones que establece el presente decreto.

A los fines enunciados, los beneficiarios deberán contar con un dictamen o informe técnico elaborado por un organismo científico o tecnológico, cuya especialización y competencia sea acorde con el proceso de perfeccionamiento industrial correspondiente a la tipificación que se solicite.

La Autoridad de Aplicación dispondrá los procedimientos y requisitos técnicos-administrativos para la implementación de lo establecido en el presente artículo.

**Art. 16.** — Cuando por circunstancias debidamente justificadas, las mercaderías que hubiesen sido importadas temporariamente bajo el presente régimen fuesen exportadas para consumo dentro del plazo autorizado sin haber sido objeto del perfeccionamiento previsto para el que fueron importadas, no se hallan sujetas al pago de ningún tributo ni multa.

**Art. 17.** — En los supuestos de deterioro, destrucción total o pérdida irremediable por caso fortuito o fuerza mayor, sufridos por la mercadería durante su permanencia bajo el presente régimen de importación temporaria, será aplicable el tratamiento que surge de los Artículos 260, 261 y 262 del Código Aduanero, según corresponda.

**Art. 18.** — Se considerarán pérdidas las mermas, residuos y sobrantes irrecuperables, no estando por ello sujetas al tratamiento arancelario de importación para consumo.

Las mermas, residuos y sobrantes que tuviesen valor comercial, estarán sujetas a valoración aduanera y deberán exportarse o importarse para consumo dentro de los NOVENTA (90) días corridos de realizada la última exportación, con lo cual se habrá cumplido la obligación impuesta en el régimen, computando únicamente la parte proporcional atribuible a las mercaderías importadas temporariamente bajo este régimen.

**Art. 19.** — Cuando la mercadería importada temporariamente no haya cumplido con las condiciones establecidas por el Artículo 1° del presente decreto, el interesado solicitará a la Dirección General de Aduanas, la autorización de importación para consumo de la mercadería, de acuerdo a las condiciones que se establezcan.

**Art. 20.** — Cuando se autorice la importación para consumo de una mercadería ingresada bajo el presente régimen deberá abonarse, además de los tributos correspondientes a esta destinación vigentes a la fecha del registro de la misma, una suma adicional del DOS POR CIENTO (2%) mensual calculada sobre el valor en Aduana de la mercadería a esa fecha. Dicha suma se calculará a partir del primer mes computado desde el momento de la importación temporaria, cubriendo el período que transcurra hasta tanto se autorice la destinación definitiva de importación y en ningún caso podrá ser inferior al DOCE POR CIENTO (12%) del mencionado valor en Aduana, salvo que dicho valor resultara inferior al que se hubiese determinado para la mercadería a los efectos de su importación temporaria, en cuyo caso se tomará en cuenta este último valor.

**Art. 21.** — La SECRETARIA DE INDUSTRIA, COMERCIO Y DE LA PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA dictará las normas que determinen el tratamiento a seguir en aquellos casos en que la mercadería comprendida en una destinación suspensiva de importación al amparo de este régimen, fuera objeto de investigaciones por presuntas prácticas desleales o salvaguardias, o se encontrara sujeta a cupos de importación.

**Art. 22.** — Las importaciones temporarias efectuadas al amparo del presente decreto, quedan sujetas al régimen de garantía previsto en el Artículo 453 y siguientes del Código Aduanero.

**Art. 23.** — Serán aplicables a las infracciones que se cometan al presente régimen las disposiciones especiales contempladas en los Capítulos 7 y 10 del Título II de la Sección XII del Código Aduanero, según corresponda. Regirán en tales casos las normas de procedimiento, sustanciación y resolución previstas en la mencionada legislación.

Dentro de los DIEZ (10) días de haber quedado firme la resolución sancionatoria que se hubiere dictado en los términos de las normas recién citadas, la Dirección General de Aduanas remitirá a la Dirección Nacional del Registro Oficial, para su publicación en el Boletín Oficial, los nombres de los infractores.

**Art. 24.** — Aún cuando la mercadería importada en los términos del presente régimen no sea exportada bajo la nueva forma resultante de la aplicación del proceso industrial comprometido, no constituirá infracción ni transgresión alguna su exportación o su importación para consumo si se cumplen las condiciones previstas en los Artículos 16 y 20 del presente decreto, según el caso. En estos supuestos la Dirección General de Aduanas dará por cancelado el respectivo Despacho de Importación Temporal, liberando las correspondientes garantías de acuerdo a lo previsto en el Artículo 22.

**Art. 25.** — Las mercaderías que se exporten en virtud de lo establecido en el presente decreto estarán sujetas al pago de los tributos que gravaren la exportación para consumo y gozarán de los reintegros a la exportación vigentes al momento de la exportación, según corresponda.

A los efectos del cálculo de los mismos y para la determinación de la base imponible, se deducirá el valor CIF de la mercadería importada temporariamente contenida en el producto a exportar. En todos los casos, los tributos y los reintegros se liquidarán siguiendo la clasificación de la Nomenclatura Común del MERCOSUR (N.C.M.), correspondiente a la mercadería que se exporte.

**Art. 26.** — La SECRETARIA DE INDUSTRIA, COMERCIO Y DE LA PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA podrá disponer la exclusión del presente régimen de aquellas mercaderías que considere que, por su naturaleza, desvirtúan el objeto de la importación temporal del presente régimen.

**Art. 27.** — El usuario directo del presente régimen podrá importar mercaderías destinadas a la reposición de aquellas que sean idénticas y del mismo origen y que, previamente importadas para consumo por dicho usuario, y luego de ser objeto de alguno de los procesos de perfeccionamiento industrial definidos en el Artículo 2° de este decreto, hayan sido exportadas para consumo.

**Art. 28.** — Para que proceda la aplicación de lo dispuesto en el Artículo 27 del presente decreto, el plazo máximo entre la fecha del libramiento a plaza de la mercadería importada para consumo y la del registro de la solicitud de su ulterior destinación definitiva de exportación para consumo, será de TRESCIENTOS SESENTA (360) días.

**Art. 29.** — La importación de la mercadería destinada a reponer existencias deberá efectuarse dentro del plazo de los CIENTO OCHENTA (180) días contados a partir de la fecha del registro de la solicitud de destinación definitiva de exportación para consumo.

La mercadería importada para reponer existencias podrá quedar en el país, o ser nuevamente exportada para consumo luego de haber recibido un perfeccionamiento industrial en los términos del Artículo 2° del presente decreto. Sólo cuando hubiese sido exportada para consumo dentro del plazo de CIENTO OCHENTA (180) días contados desde la fecha de su libramiento, el usuario directo podrá solicitar nuevamente la reposición de dicha mercadería. El plazo aquí acordado no admitirá prórroga alguna.



**Art. 30.** — Las mercaderías destinadas a la reposición de existencias tendrán el tratamiento establecido en el Artículo 4º del presente decreto.

**Art. 31.** — Quedan excluidas de lo mencionado en los Artículos 27, 28, 29 y 30, aquellas mercaderías:

- a) cuya importación se encuentre prohibida al momento de solicitarse la reposición de existencias,
- b) que al momento de ser exportadas definitivamente hubieren solicitado y/o percibido el beneficio por Draw-Back.

**Art. 32.** — Serán de aplicación todas las normas del Código Aduanero en los aspectos no contemplados expresamente en el régimen que se instituye.

**Art. 33.** — La SECRETARIA DE INDUSTRIA, COMERCIO Y DE LA PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA será la Autoridad de Aplicación del presente régimen en tanto que la Dirección General de Aduanas será la Autoridad de Fiscalización en el ámbito aduanero.

Los citados Organismos dictarán las normas de aplicación de este decreto, conforme a sus respectivas competencias, y estarán facultados para realizar las inspecciones y verificaciones que consideren necesarias para comprobar el cumplimiento del régimen, sin perjuicio de las atribuciones y facultades previstas en la legislación aduanera y normas legales vigentes.

**Art. 34.** — La Autoridad de Aplicación podrá solicitar a organismos oficiales competentes toda aquella información que considere necesaria para evaluar aspectos inherentes al régimen.

**Art. 35.** — El MINISTERIO DE ECONOMIA Y PRODUCCION publicará para su consulta, información contenida en los Certificados de Tipificación de Importación Temporal (C.T.I.T.) solicitados, en la página web de ese Organismo.

**Art. 36.** — La ADMINISTRACION FEDERAL DE INGRESOS PUBLICOS y la Autoridad de Aplicación establecerán los procedimientos necesarios para implementar en el SISTEMA INFORMATICO MARIA de la Dirección General de Aduanas, aspectos inherentes al presente régimen.

**Art. 37.** — La Resolución N° 72 del 20 de enero de 1992 del ex-MINISTERIO DE ECONOMIA Y OBRAS Y SERVICIOS PUBLICOS, sus modificatorias y complementarias, y el Decreto N° 1439 del 11 de diciembre de 1996, quedan derogados a partir de la fecha en que comience a regir el presente decreto, sin perjuicio de lo cual seguirán aplicándose a aquellas operaciones que se hayan cursado al amparo de los mismos.

Asimismo, los Certificados de Tipificación y Clasificación (C.T.C.) emitidos en virtud de las normas citadas en el presente artículo, mantendrán su validez en las condiciones que establezca la Autoridad de Aplicación.

**Art. 38.** — El presente decreto comenzará a regir a partir de la fecha de entrada en vigencia de la norma reglamentaria que dicte el MINISTERIO DE ECONOMIA Y PRODUCCION.

**Art. 39.** — Comuníquese, publíquese, dése a la Dirección Nacional del Registro Oficial y archívese. — KIRCHNER.  
— Alberto A. Fernández. — Roberto Lavagna.

## ANEXO II

N.C.M.	DESCRIPCION
8401.10.00	Reactores nucleares
8410.13.00	Turbinas y ruedas hidráulicas y sus reguladores de potencia superiores a 10.000 kW.
8410.90.00	Partes de turbinas hidráulicas
8426.19.00	Las demás grúas y cables aéreos; puentes rodantes grúa, carretillas puente y carretillas grúa.
8426.30.00	Grúas de pórtico.
8431.49.10	Partes de grúas portacontenedores
8455.30.10	Cilindros de laminadores fundidos, de acero o fundición nodular.
8501.64.00	Generadores de corriente alterna (alternadores) de potencia superior a 750 kVA.
8503.00.90	Partes de generadores
8504.23.00	Transformadores de dieléctrico líquido de potencia superior a 10.000 kVA.
8504.34.00	Los demás transformadores. De potencia superior a 500 kVA.
8504.90.30	Partes de transformadores
8601.10.00	Locomotoras y locotractores, de fuente externa de electricidad.
8601.20.00	Locomotoras y locotractores de acumuladores eléctricos.
8602.10.00	Locomotoras Diesel eléctricas.
8602.90.00	Las demás locomotoras y locotractores, ténderes. Los demás.
8603.10.00	Automotores para vías férreas y tranvías autopropulsados, excepto los de la partida N° 86.04. De fuente externa de electricidad.
8603.90.00	Los demás automotores para vías férreas y tranvías autopropulsados, excepto los de la partida N° 86.04.
8605.00.10	Coches de viajeros.
8605.00.90	Los demás coches de viajeros, furgones de equipaje, coches correo y demás coches especiales, para vías férreas o similares (excepto los coches de la partida

	N° 86.04.)
8606.10.00	Vagones cisterna y similares.
8606.20.00	Vagones isotérmicos, refrigerantes o frigoríficos, excepto los de la subpartida N° 8606.10.
8606.30.00	Vagones de descarga automática, excepto los de' las subpartidas N° 8606.10. u 8606.20.
8606.91.00	Los demás vagones para el transporte de mercancías sobre carriles (rieles). Cubiertos y cerrados.
8606.92.00	Los demás vagones para el transporte de mercancías sobre carriles (rieles). Abiertos, con pared fija de altura superior a 60 cm.
8606.99.00	Los demás vagones para el transporte de mercancías sobre carriles (rieles). Los demás.
8802.20.10	Aviones y demás aeronaves, de peso en vacío inferior o igual a 2.000 Kg. A hélice.
8802.20.21	Aviones y demás aeronaves, de peso en vacío inferior o igual a 2.000 Kg. A turbohélice. Monomotores.
8802.20.22	Aviones y demás aeronaves, de peso en vacío inferior o igual a 2.000 Kg. A turbohélice. Multimotores.
8802.20.90	Aviones y demás aeronaves, de peso en vacío inferior o igual a 2.000 Kg. Los demás.
8901.10.00	Transatlánticos, barcos para excursiones (de cruceros) y barcos similares concebidos principalmente para el transporte de personas, transbordadores.
8901.20.00	Barcos cisterna.
8901.30.00	Barcos frigoríficos, excepto los de la subpartida N° 8901.20.
8901.90.00	Los demás barcos para el transporte de mercancías y los demás barcos concebidos para el transporte mixto de personas y mercancías.
8902.00.10	Barcos de pesca, barcos factoría y demás barcos para el tratamiento o preparación de conservas de productos de pesca. Con eslora superior o igual a 35 m.
8902.00.90	Barcos de pesca, barcos factoría y demás barcos para el tratamiento o preparación de conservas de productos de pesca. Los demás.
8903.91.00	Barcos de vela incluso con motor auxiliar.
8903.92.00	Barcos de motor, excepto los de motor fuera de borda.

8904.00.00	Remolcadores y barcos empujadores.
8905.10.00	Dragas.
8905.20.00	Plataformas de perforación o explotación, flotantes o sumergibles.
8905.90.00	Los demás barcos-faro, barcos-bomba, dragas, pontones grúa y demás barcos en los que la navegación sea accesoria en relación con la función principal; diques flotantes; plataformas de perforación o explotación, flotantes o sumergibles.
8906.10.00	Los demás barcos incluidos los navíos de guerra y los barcos de salvamento excepto los de remos - Navíos de guerra.
8906.90.00	Los demás barcos incluidos los navíos de guerra y los barcos de salvamento que no sean de remos - Los demás.

### ANEXO III

#### RÉGIMEN DE ORIGEN DEL MERCOSUR

El Régimen de Origen del MERCOSUR (ROM) es el conjunto de requisitos que permiten garantizar que un producto ha sido elaborado en uno de los Estados Partes del MERCOSUR. Estas reglas o requisitos pueden ser generales o específicos.

Los bienes que cumplen con estas condiciones se denominan "originarios del MERCOSUR" y pueden ser comercializados entre los países del bloque sin el pago del arancel de importación.

El artículo 2° de la Decisión CMC N° 01/04 define el ámbito de aplicación del mismo, previendo que hasta el 1° de enero de 2006 los Estados Partes podrán requerir el cumplimiento del régimen de origen del MERCOSUR para todo el comercio intrazona. Este plazo fue prorrogado hasta el 31 de diciembre de 2010 por la Decisión CMC N° 20/05.

Las disposiciones vinculadas al Régimen de Origen MERCOSUR están contenidos en la Decisión CMC N° 01/04 y diversas normas complementarias.

Como principio general, el Régimen de Origen MERCOSUR prevé que serán considerados originarios del MERCOSUR los bienes elaborados íntegramente en el territorio de cualquiera de los Estados Partes del MERCOSUR utilizando materiales originarios.

En el caso de los bienes elaborados utilizando materiales de terceros estados se prevé, como criterio general, que para ser considerados originarios del MERCOSUR los mismos cumplan con la condición de que el valor CIF de los insumos importados de estos países no exceda el 40% del valor FOB del bien final (regla del valor agregado), o bien, que al producto final le corresponda una clasificación arancelaria a nivel de partida arancelaria diferente de la de sus insumos (regla del salto de partida).

La Comisión de Comercio aprobó el Texto Ordenado del ROM.

Obtenido "[http://www.mercosur.int/mercoturwiki/index.php?title=R%C3%A9gimen\\_de\\_Origen\\_del\\_MERCOSUR](http://www.mercosur.int/mercoturwiki/index.php?title=R%C3%A9gimen_de_Origen_del_MERCOSUR)"

### **Régimen General de Origen**

El Artículo 3 de la Decisión 01/04 detalla los criterios que debe cumplir los bienes para ser considerados originarios. Deben cumplir al menos uno de estos criterios:

- a) totalmente obtenidos en el MERCOSUR
- b) totalmente producidos con materiales originarios del MERCOSUR en cualquiera de los Estados Parte
- c) salto de partida arancelaria
- d) porcentaje de valor agregado regional
- e) porcentaje de valor agregado regional en operaciones de ensamblaje o montaje
- f) bienes de capital
- g) requisitos específicos

Obtenido "[http://www.mercosur.int/mercosurwiki/index.php?title=R%C3%A9gimen\\_General\\_de\\_Origen](http://www.mercosur.int/mercosurwiki/index.php?title=R%C3%A9gimen_General_de_Origen)"

Artículo 3 Inciso a) del ROM

[editar]

Totalmente obtenidos en el MERCOSUR

- i) productos del reino vegetal cosechados o recolectados en el territorio de una o más Partes;
- ii) animales vivos, nacidos y criados en el territorio de una o más Partes;
- iii) productos obtenidos de animales vivos en el territorio de una o más Partes;
- iv) mercancías obtenidas de la caza, captura con trampas, pesca realizada en el territorio, o en sus aguas territoriales y zonas económicas exclusivas, de una o más Partes;
- v) minerales y otros recursos naturales no incluidos en los subpárrafos i) a iv) extraídos u obtenidos en el territorio de una o más Partes;
- vi) peces, crustáceos y otras especies marinas obtenidos del mar fuera de sus aguas territoriales y de las zonas económicas exclusivas por barcos registrados o matriculados en una de las partes y autorizados para enarbolar la bandera de esa parte, o por barcos arrendados o fletados a empresas establecidas en el territorio de una Parte;
- vii) mercancías producidas a bordo de barcos fábrica a partir de los productos identificados en el inciso (iv) serán considerados originarios del país en cuyo territorio, o aguas territoriales y zonas económicas exclusivas, se efectuó la pesca o la captura;
- viii) mercancías producidas a bordo de barcos fábrica a partir de los productos identificados en el inciso (vi), siempre que tales barcos fábrica estén registrados, matriculados en alguna de las partes y estén autorizados a enarbolar la bandera de esa Parte, o por barcos fábrica arrendados o fletados por empresas establecidas en territorio de una parte;
- ix) mercancías obtenidas por una de las Partes del lecho del mar o del subsuelo marino siempre que esa Parte tenga derechos para explotar dicho fondo o subsuelo marino;
- x) mercancías obtenidas del espacio extraterrestre, siempre que sean obtenidas por una Parte o una persona de una Parte;

xi) desechos y desperdicios resultantes de la producción en una o más Partes y materia prima recuperada de los desechos y desperdicios derivados del consumo, recolectados en un Estado Parte y que no puedan cumplir con el propósito para el cual habían sido producidos.

*Identificación del requisito en el Certificado de Origen: 44º Protocolo Adicional al ACE Nº 18 - CAPITULO III- ARTICULO 3º- INCISO a)*

Obtenido "[http://www.mercosur.int/mercosurwiki/index.php?title=Art%C3%ADculo\\_3\\_Inciso\\_a%29\\_del\\_ROM](http://www.mercosur.int/mercosurwiki/index.php?title=Art%C3%ADculo_3_Inciso_a%29_del_ROM)"

Totalmente producidos con materiales originarios del MERCOSUR en cualquiera de los Estados Parte

Los productos elaborados íntegramente en el territorio de cualquiera de los Estados Partes cuando en su elaboración fueran utilizados, única y exclusivamente, materiales originarios de los Estados Partes

*Identificación del requisito en el Certificado de Origen: 44º Protocolo Adicional al ACE Nº 18 - CAPITULO III- ARTICULO 3º- INCISO b)*

Obtenido "[http://www.mercosur.int/mercosurwiki/index.php?title=Art%C3%ADculo\\_3\\_Inciso\\_b%29\\_del\\_ROM](http://www.mercosur.int/mercosurwiki/index.php?title=Art%C3%ADculo_3_Inciso_b%29_del_ROM)"

#### **Salto de partida arancelaria**

Los productos en cuya elaboración se utilicen materiales no originarios de los Estados Partes, cuando resulten de un proceso de transformación que les confiera una nueva individualidad, caracterizada por el hecho de estar clasificados en una partida arancelaria (primeros cuatro dígitos de la Nomenclatura Común del MERCOSUR) diferente a la de los mencionados materiales(1).

*Identificación del requisito en el Certificado de Origen: 44º Protocolo Adicional al ACE Nº 18 - CAPITULO III- ARTICULO 3º- INCISO c)*

(1) Complementado por la Decisión CMC Nº 16/07, Artículos 1 y 2:

Art. 1 – No obstante lo establecido en el literal c) del Artículo 3 del Anexo de la Decisión CMC Nº 01/04, se considerará que un producto cumple con el requisito de cambio de partida arancelaria si el valor CIF de todos los materiales no originarios de los Estados Partes utilizados en su producción, que no están clasificados en una partida arancelaria diferente a la del producto, no excede el 10% del valor FOB del producto exportado.

Art. 2 – Lo dispuesto en el Artículo anterior no será de aplicación para las posiciones arancelarias sujetas a requisitos específicos de origen según lo establecido en el Anexo de la Decisión CMC Nº 01/04.

Asimismo, cuando un Estado Parte detecte un efecto negativo sobre la producción nacional de ciertos bienes debido al ingreso de importaciones al amparo de lo dispuesto en el Artículo 1, podrá presentar el caso en la CCM con el propósito de solucionar el problema identificado en base a medidas correctivas apropiadas. De no alcanzarse una solución acordada, el Estado Parte afectado podrá excluir la posición arancelaria respectiva de los alcances del Artículo 1 de la presente Decisión.

(Nota extraída del Texto Ordenado del Régimen de Origen MERCOSUR)

Obtenido "[http://www.mercosur.int/mercosurwiki/index.php?title=Art%C3%ADculo\\_3\\_Inciso\\_c%29\\_del\\_ROM](http://www.mercosur.int/mercosurwiki/index.php?title=Art%C3%ADculo_3_Inciso_c%29_del_ROM)"

### **Porcentaje de Valor Agregado Regional**

En los casos en que el requisito establecido en el apartado c) no pueda ser cumplido porque el proceso de transformación operado no implica cambio de partida arancelaria (primeros cuatro dígitos de la Nomenclatura Común del MERCOSUR), bastará que el valor CIF puerto de destino o CIF puerto marítimo de los insumos de terceros países no exceda el 40% del valor FOB de las mercaderías de que se trate(1)(2).

A los efectos de la determinación del valor CIF de los materiales no originarios para los países sin litoral marítimo, será considerado como puerto de destino, el primer puerto marítimo o fluvial localizado en el territorio de los demás Estados Partes por el que hubiera ingresado el producto al MERCOSUR.

*Identificación del requisito en el Certificado de Origen: 44º Protocolo Adicional al ACE Nº 18 - CAPITULO III- ARTICULO 3º- INCISO d)*

(1) Modificado por la Decisión CMC Nº 29/03, Artículo 1, que fue modificado por la Decisión CMC Nº 16/07, Artículo 3:

Art. 3 – Modificar el Artículo 1 de la Decisión CMC Nº 29/03 con el objeto de establecer que el porcentaje de contenido regional en el Régimen de Origen del MERCOSUR, a los efectos de otorgar la condición de originarios a los productos de Paraguay, sea de un mínimo del 40%. Este régimen de origen diferenciado estará vigente hasta el 31 de diciembre de 2022.

(2) Modificado por la Resolución GMC Nº 37/04, Artículos 1 a 4:

Art. 1 - El contenido de valor agregado regional del Régimen de Origen MERCOSUR, que los Estados Partes aplicarán de forma temporal a su comercio recíproco, será:

50% - del 1º al 7º año de vigencia del Acuerdo entre el MERCOSUR y la República de Colombia, la República de Ecuador y la República Bolivariana de Venezuela (ACE Nº 59); y

55% - a partir del 8º año de vigencia del Acuerdo entre el MERCOSUR y la República de Colombia, la República de Ecuador y la República Bolivariana de Venezuela (ACE Nº 59).

Los Estados Partes se comprometen, a partir del 7º año, a analizar la posibilidad de llegar al 60 % de valor agregado regional.

Art. 2 - Brasil y Argentina se exceptuarán, en su comercio recíproco, de lo establecido en el artículo 1 y continuarán aplicando, en el mismo, el valor agregado regional de 60% en los casos que correspondiere. Del mismo modo, las exportaciones brasileñas destinadas al Uruguay y al Paraguay continuarán aplicando el valor agregado regional de 60% en los casos que correspondiere.

Art. 3 - Los requisitos específicos de origen del MERCOSUR permanecerán vigentes y su cumplimiento prevalecerá sobre el presente régimen.

Art. 4 - Las importaciones realizadas por Paraguay, procedentes y originarias de la Argentina y Brasil, deberán continuar cumpliendo con el valor agregado regional de 60%, en los casos que correspondiere.

(Notas extraídas del Texto Ordenado del Régimen de Origen MERCOSUR)

Obtenido de "[http://www.mercosur.int/mercosurwiki/index.php?title=Art%C3%ADculo\\_3\\_Inciso\\_d%29\\_del\\_ROM](http://www.mercosur.int/mercosurwiki/index.php?title=Art%C3%ADculo_3_Inciso_d%29_del_ROM)"

#### **Porcentaje de Valor Agregado Regional en operaciones de ensamblaje o montaje**

Los productos resultantes de operaciones de ensamblaje o montaje realizadas en el territorio de un país del MERCOSUR, utilizando materiales originarios de terceros países, cuando el valor CIF puerto de destino o CIF puerto marítimo de esos materiales no exceda el 40% del valor FOB(1)(2).

*Identificación del requisito en el Certificado de Origen: 44º Protocolo Adicional al ACE Nº 18 - CAPITULO III- ARTICULO 3º- INCISO e)*

(1) Modificado por la Decisión CMC Nº 29/03, Artículo 1, que fue modificado por la Decisión CMC Nº 16/07, Artículo 3:

Art. 3 – Modificar el Artículo 1 de la Decisión CMC Nº 29/03 con el objeto de establecer que el porcentaje de contenido regional en el Régimen de Origen del MERCOSUR, a los efectos de otorgar la condición de originarios a los productos de Paraguay, sea de un mínimo del 40%. Este régimen de origen diferenciado estará vigente hasta el 31 de diciembre de 2022.

(2) Modificado por la Resolución GMC Nº 37/04, Artículos 1 a 4:

Art. 1 - El contenido de valor agregado regional del Régimen de Origen MERCOSUR, que los Estados Partes aplicarán de forma temporal a su comercio recíproco, será:

50% - del 1º al 7º año de vigencia del Acuerdo entre el MERCOSUR y la República de Colombia, la República de Ecuador y la República Bolivariana de Venezuela (ACE Nº 59); y

55% - a partir del 8º año de vigencia del Acuerdo entre el MERCOSUR y la República de Colombia, la República de Ecuador y la República Bolivariana de Venezuela (ACE Nº 59).

Los Estados Partes se comprometen, a partir del 7º año, a analizar la posibilidad de llegar al 60 % de valor agregado regional.

Art. 2 - Brasil y Argentina se exceptuarán, en su comercio recíproco, de lo establecido en el artículo 1 y continuarán aplicando, en el mismo, el valor agregado regional de 60% en los casos que correspondiere. Del mismo modo, las exportaciones brasileñas destinadas al Uruguay y al Paraguay continuarán aplicando el valor agregado regional de 60% en los casos que correspondiere.

Art. 3 - Los requisitos específicos de origen del MERCOSUR permanecerán vigentes y su cumplimiento prevalecerá sobre el presente régimen.

Art. 4 - Las importaciones realizadas por Paraguay, procedentes y originarias de la Argentina y Brasil, deberán continuar cumpliendo con el valor agregado regional de 60%, en los casos que correspondiere.

(Notas extraídas del Texto Ordenado del Régimen de Origen MERCOSUR)

Obtenido de "[http://www.mercosur.int/mercosurwiki/index.php?title=Art%C3%ADculo\\_3\\_Inciso\\_e%29\\_del\\_ROM](http://www.mercosur.int/mercosurwiki/index.php?title=Art%C3%ADculo_3_Inciso_e%29_del_ROM)"



**Bienes de Capital**

Los Bienes de Capital deberán cumplir un requisito de origen de 60% de valor agregado regional(1)(2)(3).

*Identificación del requisito en el Certificado de Origen: 44° Protocolo Adicional al ACE N° 18 - CAPITULO III- ARTICULO 3°- INCISO f)*

- (1) Modificado por la Decisión CMC N° 29/03, Artículo 1, que fue modificado por la Decisión CMC N° 16/07, Artículo 3:

Art. 3 – Modificar el Artículo 1 de la Decisión CMC N° 29/03 con el objeto de establecer que el porcentaje de contenido regional en el Régimen de Origen del MERCOSUR, a los efectos de otorgar la condición de originarios a los productos de Paraguay, sea de un mínimo del 40%. Este régimen de origen diferenciado estará vigente hasta el 31 de diciembre de 2022.

- (2) Modificado por la Resolución GMC N° 37/04, Artículos 1 a 4:

Art. 1 - El contenido de valor agregado regional del Régimen de Origen MERCOSUR, que los Estados Partes aplicarán de forma temporal a su comercio recíproco, será:

50% - del 1° al 7° año de vigencia del Acuerdo entre el MERCOSUR y la República de Colombia, la República de Ecuador y la República Bolivariana de Venezuela (ACE N° 59); y

55% - a partir del 8° año de vigencia del Acuerdo entre el MERCOSUR y la República de Colombia, la República de Ecuador y la República Bolivariana de Venezuela (ACE N° 59).

Los Estados Partes se comprometen, a partir del 7° año, a analizar la posibilidad de llegar al 60 % de valor agregado regional.

Art. 2 - Brasil y Argentina se exceptuarán, en su comercio recíproco, de lo establecido en el artículo 1 y continuarán aplicando, en el mismo, el valor agregado regional de 60% en los casos que correspondiere. Del mismo modo, las exportaciones brasileñas destinadas al Uruguay y al Paraguay continuarán aplicando el valor agregado regional de 60% en los casos que correspondiere.

Art. 3 - Los requisitos específicos de origen del MERCOSUR permanecerán vigentes y su cumplimiento prevalecerá sobre el presente régimen.

Art. 4 - Las importaciones realizadas por Paraguay, procedentes y originarias de la Argentina y Brasil, deberán continuar cumpliendo con el valor agregado regional de 60%, en los casos que correspondiere.

- (3) Complementado por la Dir CCM N° 05/06 Art. 1:

Art. 1 – El requisito de origen en el Régimen de Origen MERCOSUR para los bienes de capital es un criterio específico de acuerdo a lo indicado en el Anexo I de la Dec. CMC N° 01/04, y deberá ser identificado en el correspondiente certificado de origen.

Para aquellos casos en que fueran establecidos nuevos códigos arancelarios definidos como bienes de capital, en el caso de certificación de origen, las mismas deberán hacer referencia al inciso f) del Capítulo III, Artículo 3° de la Dec. CMC N° 01/04.

(Notas extraídas del Texto Ordenado del Régimen de Origen MERCOSUR)

**Requisitos Específicos**

Dichos requisitos prevalecerán sobre los criterios generales establecidos en los literales c) al f) , en tanto no serán exigibles para los productos totalmente obtenidos del literal a) y b)(1)

*Identificación del requisito en el Certificado de Origen: 44° Protocolo Adicional al ACE N° 18 - CAPITULO III- ARTICULO 3°- ANEXO I*

(1) Complementado por la Dir CCM N° 05/06 Art. 1:

Art. 1 – El requisito de origen en el Régimen de Origen MERCOSUR para los bienes de capital es un criterio específico de acuerdo a lo indicado en el Anexo I de la Dec. CMC N° 01/04, y deberá ser identificado en el correspondiente certificado de origen. Para aquellos casos en que fueran establecidos nuevos códigos arancelarios definidos como bienes de capital, en el caso de certificación de origen, las mismas deberán hacer referencia al inciso f) del Capítulo III, Artículo 3° de la Dec. CMC N° 01/04.

Complementado por la Dir.CCM 10/07, Art. 1:

Art. 1- Sustituir el Anexo I de la Decisión CMC N° 01/04 “Régimen de Origen MERCOSUR” por el listado que figura como Anexo y forma parte de la presente Directiva.

(Notas extraídas del Texto Ordenado del Régimen de Origen MERCOSUR)