

# Seminario sobre Comercio Exterior: *Claves para la Exportación de Nueces de Nogal*

*MINAGRI  
GOV. DE LA RIOJA  
PROARGEX*

Lic. Christian Martinez

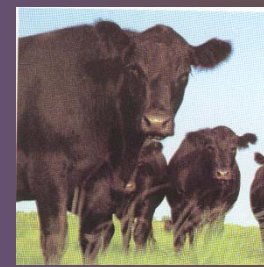
La Rioja , 9 de junio de 2006



# Introducción

- Situación de las exportaciones Argentinas de Alimentos.
- Cual es el proceso de una operación de exportación.
- Analizar desde el punto de vista de la exportación, el mercado de la nuez.
- Conclusiones.



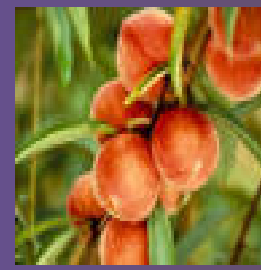


## Evolución de las Exportaciones Agroindustriales

Valores en millones de dólares

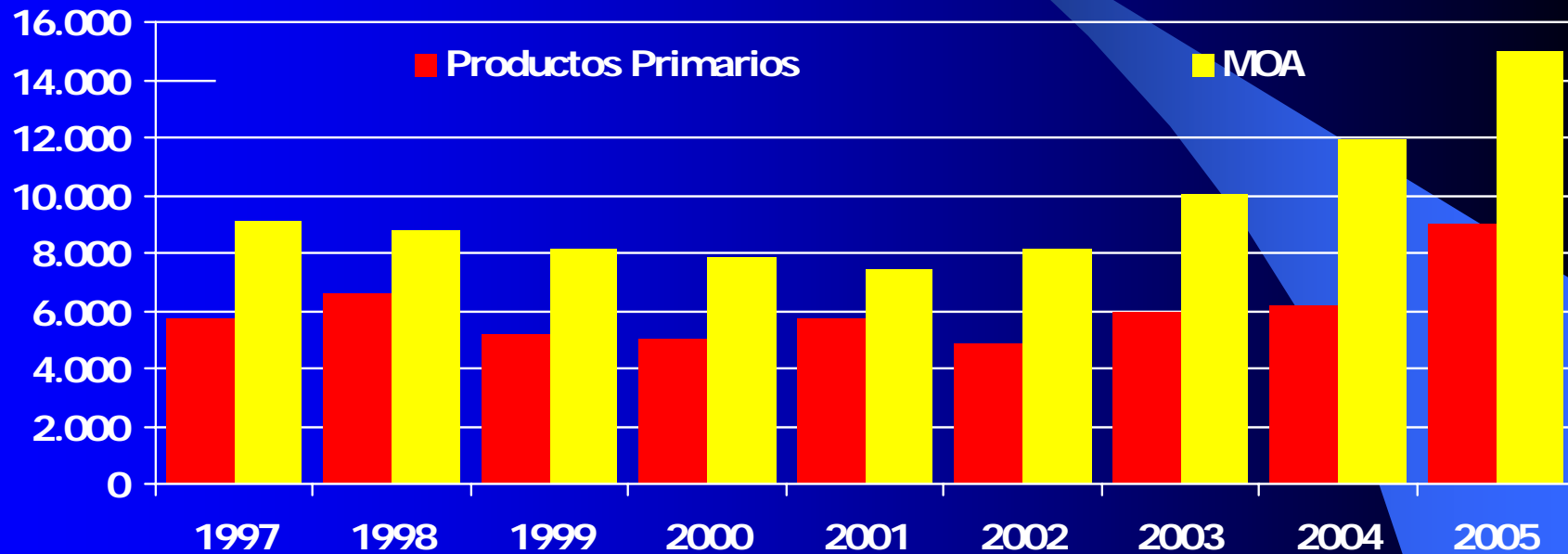


✓ En la post devaluación fuerte aumento de la competitividad del sector y las exportaciones.

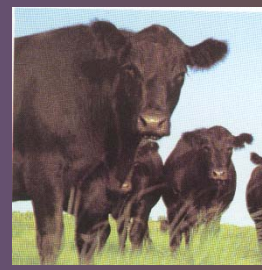
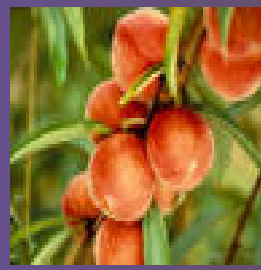


## Exportaciones Agroalimentarias (Productos Primarios y Manufacturas de Origen Agropecuario)

Valores en millones de dólares



✓ Desde el año 2001, el ingreso de divisas en concepto de exportaciones de MOA se incrementaron en **7,5 millones de U\$S.**



**Argentina es el principal exportador mundial de los siguientes productos:**

✓ **Aceite de Soja**

✓ **Aceite de Girasol**

✓ **Harinas de Soja**

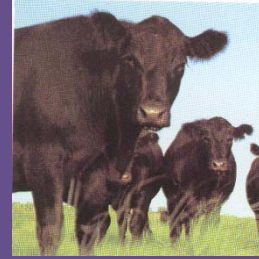
✓ **Harinas de Girasol**

✓ **Limones Frescos**

✓ **Jugo de Limón**

✓ **Miel**

✓ **Peras Frescas**



Además, es el:

**2º Maíz**

**2º Sorgo**

**3º Leche en Polvo**

**3º Porotos**

**3º Semillas de Soja**

**4º Jugo de Manzana Concentrado**

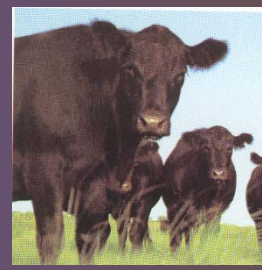
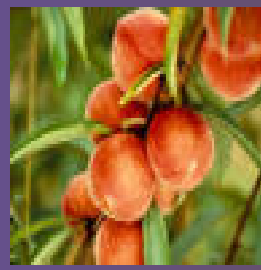
**5º Trigo**

**5º Aceitunas**

**6º Carne**

**9º Quesos**

**10º Vinos**



## El impacto de los bloques regionales



✓ Argentina es miembro de un mercado de 240 millones de habitantes, con PBI de 775 miles de millones de dólares y un nivel de importaciones promedio de 91 miles de millones de U\$S.

✓ Los principales clientes del Mercosur son la UE (23%) y los Estados Unidos (17%).

✓ Los principales productos importados por Argentina (en millones de U\$S) son automóviles y autopartes (1.500), celulares (631), aviones (440) y energía eléctrica (233).

# *CONTEXTO INTERNACIONAL ACTUAL*

- **GRAN VOLATILIDAD DE PRECIOS DE COMODITIES**
- **AUMENTO DE LA DEMANDA DE MATERIAS PRIMAS**
- **BIOENERGIAS**
- **NUEVOS PATRONES DE FLUJOS COMERCIALES**
- **CRISIS FINANCIERAS RECURRENTE**
- **REDUCCION DE STOCKS**
- **ESPECULACION FINANCIERA EN FUTUROS AGRICOLAS**
- **AUMENTO DEL PROTECCIONISMO**
- **CAMBIOS EN LA ESTRUCTURA COMERCIAL**



# *DESAFIOS PARA LAS EXPORTACIONES*

- **CUESTIONES AMBIENTALES**
- **ACCESO A NUEVAS TECNOLOGIAS**
- **ACCESO A MERCADOS**
- **PROMOCION COMERCIAL**
- **SANIDAD Y CALIDAD**
- **FINANCIAMIENTO DE EXPORTACIONES**
- **POLITICAS PUBLICAS**

# Conceptos e Ideas sobre Exportar

- “Aprender lo que es necesario Aprender”.
- “No magnificar los peligros”.
- “Convertir el marco internacional en una parte cotidiana y habitual del marco de operaciones de su empresa y considerarlo en la misma situación y nivel que la actuación en el mercado local”.
- Proceso progresivo de aprendizaje.
- Partir de una decisión correcta y sincera.

# Que es Export Ar. Porque una empresa exporta y como se toma esa decisión?. El camino

“Vender, Entregar y Cobrar productos o servicios a clientes que se encuentran fuera de los límites de Argentina”- Diferente marco al mercado nacional.

## Ventajas:

- Diversifica el riesgo
- Amplia la facturación
- Amplia los conocimientos de la empresa y el mercado
- Alarga la vida útil del producto
- Reduce costos unitarios de producción
- Permite captar mayores oportunidades de negocios
- Mantiene actualizada la empresa y mi producto
- Permite crear una mejor imagen y prestigio
- Puede haber ventajas fiscales o financieras

# Que es Export Ar. Porque una empresa exporta y como se toma esa decisión?.

## Desventajas:

- Hay que hacer modificaciones al producto y el packing.
- En algunos casos hay que homologar productos o procesos o tener certificaciones especiales.
- Especializar personal o contratar nuevo.
- Organizar una logistica distinta.
- Necesidad de información nueva (clientes, canales, pagos, calidad)
- Buscar tal vez financiación diferente a la actual.
- Tener tiempo y recursos para viajar a buscar clientes.
- Reformular el sistema de administración (legal, contable).
- Dedicar tiempo y paciencia hasta que los negocios maduren.
- Buscar medios para cubrirse de posibles contingencias: impago, pérdida o deterioro mercadería, riesgos políticos, corrupción, tipos de cambio.

# La Decisión de Exportar

- Drástica o Gradual?.
- Partir de un diagnóstico sincero.
- Analizar el potencial en virtud de:
  - Factores de la Empresa
  - Factores del Equipo
  - Factores del Producto
  - Factores de Sector o Mercado
- “Alinear y estructurar la organización, el equipo humano y los sistemas de gestión para conseguir resultados, que duren y que de hecho cambiarán la forma actual de la empresa“.

# Aprendizaje: Nadie nace sabiendo

- Aprendizaje -Proceso-Práctica-Dominio-

- Actitud ante la Exportación:

Negarse

Pasividad

Reactiva

Arriesgada

Equilibrada-Guiada

- Quien puede acompañarnos en el camino:  
MINAGRI-GOB PROV.-EXPORT AR-  
CANCELLERIA-SEPYME-INTA-CFI-ONGs



# Tipos de Apoyos Institucionales :

- Ayudas Formativas.
- Inteligencia Comercial: mercados, clientes, etc.
- Tutoría para el proceso.
- Programas de consorcios de exportación.
- Apoyo a la gestión y concreción comercial.
- Apoyo a la promoción sectorial.
- Apoyo a la apertura de mercados.
- Apoyo financiero ; seguro de crédito u otros.
- Apoyo en servicios y asesoramiento de exportaciones
- Incentivos fiscales. (Reembolsos, Regimenes importaciones temporarias, etc).

# Que riesgos enfrentamos?

- De Cobro (seguros sobre pagos, mercadería, etc.).
- De Negocio (márgenes, costos, gastos, etc.).
- De Engaño (chequear garantías, clientes, etc.).
- Legales (se pueden cubrir-baja frecuencia).
- Políticos (países en Desarrollo en gral.).
- Personales (similares al turismo).
- Culturales y de Comunicación.
- Por mala gestión (inexperiencia, apuro, logistica, procesos, packaging, etc.).
- Mala estrategia (producto, RRHH, finanzas, compatibilidad con el mercado interno).

CUALES DE ESTOS RIESGOS TENGO EN MI MERCADO ACTUAL?



# Mercados o Clientes?



Exportar es construir un  
puente entre mi  
empresa y el mercado  
objetivo

- Análisis de Producto al Mercado o Cliente o al revés?.
- Ya tengo un producto a ofrecer ? Busco crear una nueva empresa?.
- Cual es el puente o Vía de Mercado a elegir para llegar a mi cliente?.

# Vías de Mercado



- Se busca clientes permanentes en un mercado elegido.
- Alto número de clientes potenciales.
- Diferenciación por países = análisis por país.
- Búsqueda de fidelización de clientes.
- Objetivos de Permanencia.
- Continuidad del servicio.
- Posibilidad de utilizar canales de venta.
- Puedo acceder directo, vía broker, representante, o por sucursal
- Apta para aplicar en grupos o consorcios de exportación.

Ej: Vinos finos, nueces mariposa y orgánicas, maquinaria agrícola, supermercados.

# Vías de Proyecto



Se busca clientes para casos y productos específicos sin importar el mercado.

- Alta especialización del producto.
- Operaciones discontinuas en distintos mercados.
- Alto valor por operación.
- Interacción con cliente final importante.
- Bajo numero de clientes potenciales.

Ej: Diseño software, ingeniería, alimentos muy específicos o insumos muy específicos.

# Vías de Seguimiento

Se sigue a un cliente no importa el mercado donde se instale.

- Requiere relación fuerte con cierto cliente/s.
- Puedo acceder también vía representante o broker.
- Clientes de escala global.
- Tecnología compartida con el cliente.
- En general largo plazo.
- Bajo numero de clientes potenciales.

Ej: Diseño software, insumos cadenas retail, repuestos automotrices, maquinaria para industrias específicas.



# Vía de Oportunidades

Se busca una situación de oportunidad que pueda ser aprovechada por el producto o la empresa.

- Operaciones discontinuas
- Clientes puntuales repetidos o no
- Objetivo de cierres de operaciones una a una
- Puede convertirse luego en Via Objetivo.
- Requiere estar actualizado y muy informado (red).
- Es importante estar presente en el mercado y activo.
- Movimientos rápidos y muchas veces por precio.
- Puede actuarse directa o indirectamente, vía brokers o traders.

Ej: Commodities en general, nueces con cáscara, legumbres, no perecederos.



# Vía de la Segmentación Global



Se busca alta segmentación, clientes especiales que pueden estar en distintos mercados.

- Operaciones en general continuas
- Clientes que requieren mi producto o similar
- Objetivo de cierre de operaciones periódicas
- Puede generar una renta alta
- Requiere estar informado sobre donde ubicar los clientes y analizar que sucede en el mercado donde se lo encontró al cliente
- Necesidad de trato directo o vía un representante
- Requiere centrar esfuerzos en estos clientes especiales

Ej: Productos orgánicos, productos gourmet, materias primas especiales, marcas blancas para productos puntuales.

# Información: cuál, cómo, quién?

*Nadie correría una carrera con los ojos vendados. La información es al exportador como los ojos al piloto.*

En la actualidad sólo con internet es posible no solo conocer importadores o tendencias de mercado, sino incluso hasta el precio en góndola del producto.

Se debe partir de una base de búsqueda:

- Que estoy buscando? Prioridades.
- Proceder a la búsqueda (idiomas importante).
- Analizar los resultados (ver si tengo la capacidad).
- Tomar decisiones.

Se debe comprender que:

- La información casi nunca es completa. Implica riesgos.
- Puedo apoyarme en un tercero pero debo saber 1ro. que busco.
- La intuición es importante para decidir sobre la información recabada.
- Solo intuir lleva a errores y perdida de dinero.
- El exceso de datos tampoco ayuda. Confunde y quita tiempo valioso.



**Nuez orgánica partes**  
**€2.69/€17.900 x ton**

# Información: cuál, cómo, quién?

Supongamos que buscamos un comprador de Nueces en Dinamarca:

- Información sobre el país y la UE.
- Info sobre el sector y del mercado en Dinamarca (producción, impo, expo, industria, etc).
- Competencia y disponibilidad de clientes.
- Posibles canales comerciales de acceso.
- Análisis de normas jurídicas, acceso, calidad
- Formas de pago, logística, packing.





walnuts buyers

Página 2 de aproximadamente 19.800.000 resultados (0,24 segundos)

Todo Más

La Web Páginas en español Páginas de Argentina Más herramientas

[walnuts buyers Products - walnuts buyers Exporters, Wholesalers ...](#) - [ Traducir esta página ]

walnuts buyers products. Buy walnuts buyers from global walnuts buyers manufacturers, suppliers, walnuts buyers exporters, wholesalers and sellers, [www.b2bfreezone.com/product-search/walnuts-buyers.htm](http://www.b2bfreezone.com/product-search/walnuts-buyers.htm) - En caché

[Mid-Tennessee Timber \(walnut\) buyers? - TractorByNet.com](#) - [ Traducir esta página ]

10 entradas - 7 autores - Última entrada: 23 Feb 2007  
Hi folks, Any of you around middle TN know of a reputable timber buyer that might be interested in some walnut (and other hardwoods)? [www.tractorbynet.com/.../Other Forums/Rural Living](http://www.tractorbynet.com/.../Other Forums/Rural Living) - En caché

[Does anyone harvest Black Walnuts from backyard trees? - Yahoo ...](#) - [ Traducir esta página ]

15 Oct 2006 ... Hammons walnuts has buyers all over the country. .... If you don't have walnut buyers in your area, you can pick them up, spread them in the ... [answers.yahoo.com/.../index?qid...](http://answers.yahoo.com/.../index?qid...) - Estados Unidos - En caché - Similares

[Conventional Walnuts Buyers, Conventional Walnuts Importers ...](#) - [ Traducir esta página ]

Conventional Walnuts Buyers - Search Buyers Guide, Global Conventional Walnuts Buyers, Conventional Walnuts Importers. Find Wholesale Conventional Walnuts ... [www.sulekhab2b.com/conventional-walnuts/buyers.htm](http://www.sulekhab2b.com/conventional-walnuts/buyers.htm) - En caché

[walnuts Business Directory - walnuts buyers, importers ...](#) - [ Traducir esta página ]

walnuts Business Directory, walnuts importers and exporters. walnuts suppliers from China and the world, walnuts, walnuts manufacturers, walnuts factories, ... [www.importers.com/walnuts/trade-directory-97409-0-0-kl.html](http://www.importers.com/walnuts/trade-directory-97409-0-0-kl.html) - En caché

[walnuts Importers - walnuts Buyers, Verified walnuts importers ...](#) - [ Traducir esta página ]

walnuts Importers directory - walnuts guide, World's Largest Importers Trade Platform with 5000 importers, choose reliable walnuts importers. [www.tradew.com/vb-walnuts/](http://www.tradew.com/vb-walnuts/) - Estados Unidos - En caché

[Black Walnuts](#) - [ Traducir esta página ]

## LISTADO DE SUPERMERCADOS DINAMARCA

Coop Denmark (FDB)

Dirección: Fanoegade 15

C.P. - Ciudad: 2100 - Copenhague OE

Tel: +45 4386 4386

+45 4386 4811

E-mail: [fdb@fdb.dk](mailto:fdb@fdb.dk)

WEB: [www.fdb.dk](http://www.fdb.dk)

JEFES DE COMPRA Y RESPONSABLES DE CALIDAD:

FOOD - PRODUCTOS ALIMENTICIOS: Mr. Claes

Eriksson

E-mail: [claes.eriksson@coop.dk](mailto:claes.eriksson@coop.dk)

**Dansk Supermarked A/S**

Dirección: Bjoedstrupvej 18

C.P. - Ciudad: 8270 - Højebjerg

Tel.: +45 8930 3030

Fax: +45 8627 6563

E-mail: [crc.dsi@dsg.dk](mailto:crc.dsi@dsg.dk)

WEB: [www.dsg.dk](http://www.dsg.dk)

Jefe de Compras y Responsable de Calidad:

FOOD - PRODUCTOS ALIMENTICIOS: Mr. Mogens

Jensen

E-mail: [mj.dsi@dsg.dk](mailto:mj.dsi@dsg.dk)

DIRECTOR DE COMPRAS: MR. Bjarne Bak

E-MAIL: [bjarne.bak@supergros.dk](mailto:bjarne.bak@supergros.dk)

NETTO A/S

Este Supermercado forma parte de la Cadena Dansk Supermarked A/S, Siendo los Responsables de Compra los citados para la misma.

Dirección: Mimersvej 1

C.P. - Ciudad: 4600 - Køge

Tel.: +45 4356 8822

Fax: +45 4356 8811

WEB: [www.netto.dk](http://www.netto.dk)

E-mail: [netto@netto.dk](mailto:netto@netto.dk)

ISO Supermarked

Dirección: Vermlandsgade 51

C.P. - Ciudad: 2300 - Copenhague S

Tel: +45 3254 8411

Fax: +45 3269 7651

E-mail: [iso@iso.dk](mailto:iso@iso.dk)

Website: [www.iso.dk](http://www.iso.dk)

RESPONSABLE DE CALIDAD: Mr. Lars

Chr. Balslev

# SIAL 2010

The Global Food Marketplace

## 17-21 octobre 2010

PARIS NORD VILLEPINTE, FRANCE



Download document

PRESSE

[LE SIAL](#)
[LISTE DES EXPOSANTS](#)
[EXPOSER](#)
[VISITER](#)
[ÉVÉNEMENTS](#)
[INFOS PRATIQUES](#)

Recherchez...

### LISTE DES EXPOSANTS 2010

## Liste des exposants 2010

Pour rechercher un ou des exposants du SIAL 2010 dans notre base de données, il vous suffit de renseigner un ou plusieurs critères.

### Votre recherche

**Raison sociale**

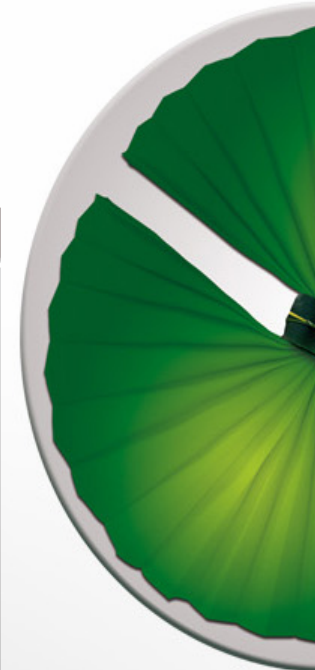
**Pays**

**Activité** Recherche par activité principale :

ESPACE EXPOSANT >

### EN 1 CLIC

- Votre agenda 2010
- Plan du salon 2010
- Dates, lieu, horaires
- Recevoir la SIAL News
- Boutique



# Guía de Búsqueda: Que buscar

| País Mercado                             | Sector Actividad  | Áreas Temáticas                     |
|--|---|-------------------------------------|
| Temas supranacionales                    | Estadísticas generales y sectoriales                    | Organismos y asociaciones           |
| Información Global del país              | Clasificación Sectorial                                 | Legislación y Fiscalidad            |
| Guía de negocios                         | Estudio de Mercado                                      | Estadísticas                        |
| Guías País                               | Clientes, Agentes, Distribuidores                       | Contratación Personal               |
| Información sobre Implantación Comercial | Actividades Promocionales<br>Ferias, congresos, rondas. | Negociación Intercultural           |
| Inversión Directa                        | Noticias del Sector                                     | Logística y Transporte<br>Marketing |

# Donde Buscar

- [www.exportar.org.ar](http://www.exportar.org.ar)
- [www.argentinatradenet.gov.ar](http://www.argentinatradenet.gov.ar)
- [www.icex.es](http://www.icex.es)
- [www.prochile.cl](http://www.prochile.cl)
- [www.minagri.gov.ar](http://www.minagri.gov.ar)
- [www.itrademarket.com](http://www.itrademarket.com)
- [www.buyersindex.com](http://www.buyersindex.com)
- <http://catalogo.alimentaria.com>
- [www.nutfruit.com](http://www.nutfruit.com)

Anuga English German Contact Disclaimer



Attention: Review of the last fair 10.10. - 14.10.2009  
Anuga 2009 10.10. - 14.10.2009



Quicksearch

nuts  sort by Exhibitor

i.e. exhibitor name, brand, product group or country order by descending

Extended search | reset filter hits per page 20

Favorites

You can add exhibitors to your favorites

- Add all exhibitors on page to favorites
- Add all exhibitors to favorites
- Print version
- Add exhibitor to favorites
- Online schedule planner

Searchresults Exhibitors (328 hits)

Filter by exhibitor name:  
all [0-9](#) [A](#) [B](#) [C](#) [D](#) [E](#) [F](#) [G](#) [H](#) [I](#) [J](#) [K](#) [L](#) [M](#) [N](#) [O](#) [P](#) [Q](#) [R](#) [S](#) [T](#) [U](#) [V](#) [W](#) [X](#) [Y](#) [Z](#)

| Exhibitor  | Country        | Hall | Stand     | Commodity Groups   |
|--|----------------|------|-----------|--|
| <a href="#">Zelected Foods International ApS</a> | Denmark        | 05.1 | F090 F098 | Dried organic fruit and vegetables, Fruit preserves, Kernels, <a href="#">more</a> |
| <a href="#">Zeina Foods Ltd.</a>                 | United Kingdom | 10.2 | E062      | Almonds, Chocolate*, Confectionery products from                                   |

SPANISH ENGLISH



**International  
NUT AND DRIED FRUIT  
Foundation**



HOME | CONTACT | SITE MAP

Sponsored Links

T.N.V. AGRIFICHINA PRIMEX V.BESANA S.P.A. HORTICULTURE AUSTRALIF

Search

ALMOND | BRAZIL NUT | CASHEW | HAZELNUT | MACADAMIA | PECAN | PINE NUT | PISTACHIO | WALNUT | PEANUT | FIG | RAISIN | PRUNE | DATE | APRICOT

Join the INC and travel the world



**Beijing**  
21-23 MAY 2010  
CHINA

- Menu
- About INC
  - Membership services
  - Congresses
  - Publications
  - Nut and DF Events
  - Latest research
  - Projects
  - Merchandising

**Welcome** to the **INC** web site

The INC is the International source for information on nuts and dried fruits for: Health, Nutrition, Food Safety, Statistics, Government Standards and Government regulations regarding trade barriers and trade quality standards. INC brings you the first word in the state of the industry worldwide.

Members only

LOGIN

PASSWORD  **GO**

Remember password?

[Forgot your password? >](#)

[Change your password >](#)

[If you are not a member >](#)

**Rapid Mycotoxin**

# Producto

## Disponibilidad y Acceso

|          | Bajas Barreras                                       | Altas Barreras  |
|----------|--|---|
| Globales | Fácil<br><i>Aceite</i><br><i>Girasol/Miel/Nueces</i> | Difícil<br><i>Trigo, Arroz,</i><br><i>Lácteos, Carnes</i> |
| Locales  | Difícil<br><i>Terma,</i>                             | Muy Difícil<br><i>Dulce de Leche</i>                      |



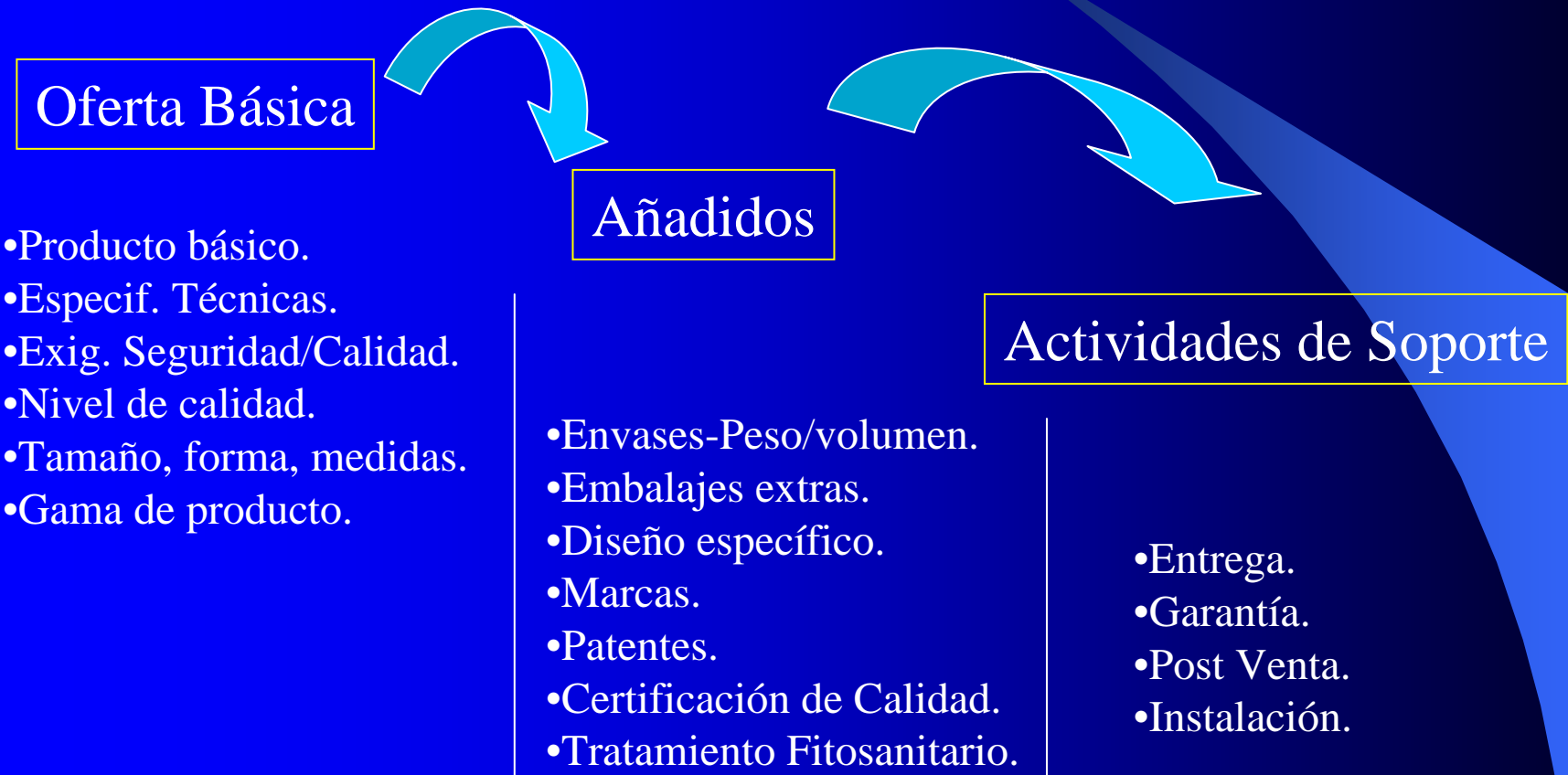
# Producto: Análisis de Posibilidades

- Potencial de Rentabilidad: Análisis de c/caso.
- Capacidad Productiva: volumen y continuidad.
- Capacidad de logística: caducidad, fragilidad.
- Adaptabilidad técnica: calidad/packaging.
- Capacidad de comercialización.

| <b>Características</b>        | <b>Muy Baja</b> | <b>Baja</b> | <b>Media</b> | <b>Alta</b> | <b>Muy Alta</b> |
|-------------------------------|-----------------|-------------|--------------|-------------|-----------------|
| Potencial de Rentabilidad     |                 |             | X            | X           |                 |
| Capacidad Productiva          |                 | X           | X            |             |                 |
| Capacidad de Movilidad        |                 |             | (1)X         |             | (2)X            |
| Adaptabilidad Técnica         |                 |             |              | X           |                 |
| Capacidad de Comercialización |                 |             |              |             | X               |

# Producto+Extras+Servicio= Oferta

- Oferta: conjunto de elementos con el que se intenta responder a la demanda que se encuentra en el mercado.



# Barreras a la Exportación:

- Arancelarias: Aranceles Ad Valorem-Específicos x CIF.

| NCM      | Producto                              | Product                                 |
|----------|---------------------------------------|---|
| 08023100 | <b>Nueces de Nogal con Cascara</b>    | Walnuts, in shell, fresh or dried       |
| 08023210 | Nueces de Nogal sin Cascaras Enteras  | Walnuts, whole, shelled, fresh or dried |
| 08023290 | Las Demás Nueces de Nogal sin Cáscara | Other Walnuts, shelled, fresh or dried  |
| 08024000 | Castañas                              | Chestnuts (castanea spp.)               |

Aranceles de Mercosur y Otros países :

[http://www.rgxonline.com/utilidades\\_exportar/aranceles.htm#mercosur](http://www.rgxonline.com/utilidades_exportar/aranceles.htm#mercosur)

# Barreras a la Exportación:

## Aranceles: Nomenclatura Arancelaria:

- Simplifica las negociaciones internacionales entre los países.
- Posibilita la comparación de los sistemas arancelarios que aplican los países.
- Facilita las comparaciones estadísticas referidas al comercio internacional.
- Elimina la subjetividad de los funcionarios aduaneros.

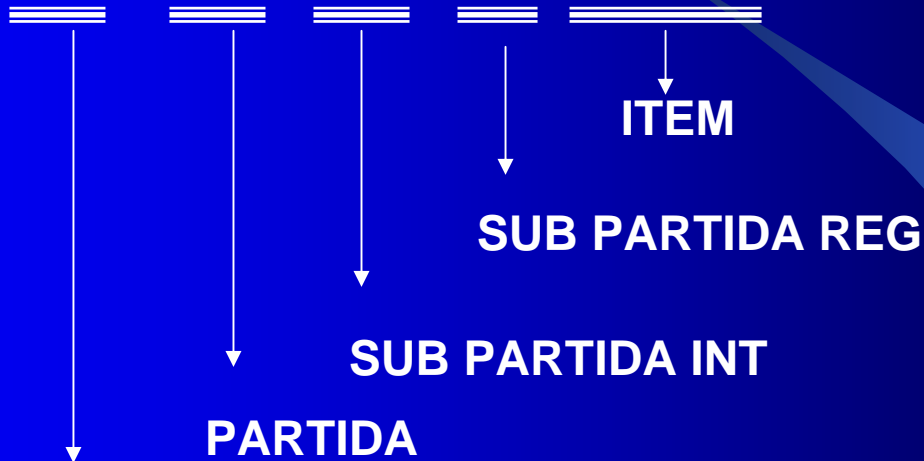
Paginas sugerida Aranceles de Mercosur y Otros países :

[http://www.rgxonline.com/utilidades\\_exportar/aranceles.htm#mercosur](http://www.rgxonline.com/utilidades_exportar/aranceles.htm#mercosur)

# CLASIFICACION ARANCELARIA

Nuez Con Cascara

**08 02 31 00 (000)**



**CAPITULO**

**NCM**

**NOMENCLADOR COMUN DEL SUR**

- \* REINTEGRO 2,7%
- \* DERECHO EXPORTACION: 5%
- \* ARANCEL EXTERNO COMUN: 10%
- \* DERECHO DE IMPO INTRAZONA
- \* DERECHO DE IMPO EXTRAZONA

**EX**

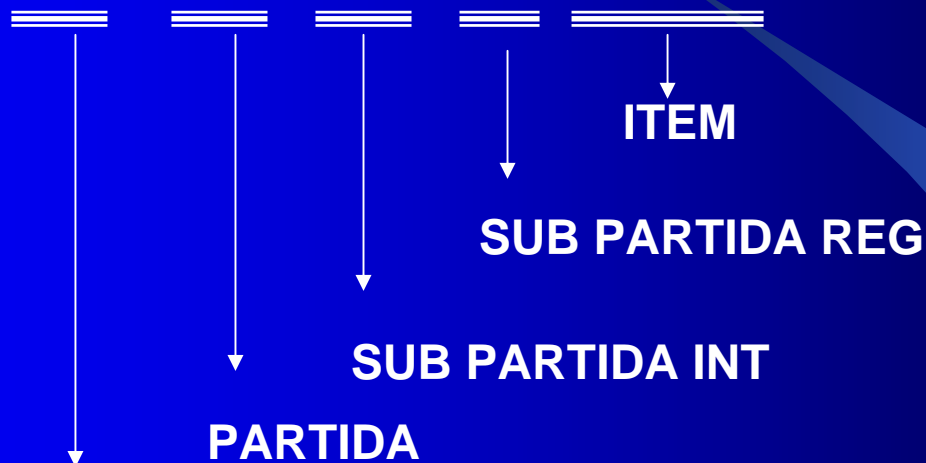
**IM**

**FUENTE**

# CLASIFICACION ARANCELARIA

Nuez sin cáscara

**08 02 32 10 (000)**



**CAPITULO**

**FUENTE**

**NCM**  
**NOMENCLADOR COMUN DEL SUR**

- \* REINTEGRO 4,05%
- \* DERECHO EXPORTACION: 5%
- \* ARANCEL EXTERNO COMUN: 10%
- \* DERECHO DE IMPO INTRAZONA
- \* DERECHO DE IMPO EXTRAZONA

**EX**

**IM**

# Barreras a la Exportación:

- Aranceles UE de Ingreso Nueces Argentina Vs. Chile.

## ARANCEL GENERAL :

| Código              | Descripción del producto  |
|---------------------|---|
| 0802                | Los demás frutos de cáscara frescos o secos, incluso sin cáscara o mondados |
| 0802 31             | -Nueces de nogal  |
| <b>0802 3100 00</b> | <b>--Con cáscara</b>  |
| 0802 32             | --Sin cáscara   |

Arancel Ad Valorem



| Origen                               | Tipo de medida            | Derecho de aduana | Reglamento/ Decisión |
|--------------------------------------|---------------------------|-------------------|----------------------|
| Erga omnes                           | Derecho terceros países   | 4%                | <u>R9922040</u>      |
| SPG (R 01/2501)<br>- Régimen general | Preferencias arancelarias | 0%                | <u>R0509800</u>      |

| Código              | Descripción del producto  |
|---------------------|---|
| 0802                | Los demás frutos de cáscara frescos o secos, incluso sin cáscara o mondados |
| 0802 31             | -Nueces de nogal  |
| 0802 31             | --Con cáscara   |
| <b>0802 3200 00</b> | <b>--Sin cáscara</b>  |

| Origen                               | Tipo de medida            | Derecho de aduana | Reglamento/ Decisión |
|--------------------------------------|---------------------------|-------------------|----------------------|
| Erga omnes                           | Derecho terceros países   | 5.1 %             | <u>R9922040</u>      |
| SPG (R 01/2501)<br>- Régimen general | Preferencias arancelarias | 1.6 %             | <u>R0509801</u>      |

# Barreras a la Exportación:

## ESTADÍSTICAS - IMPORTACIONES

Importaciones España Nueces de Nogal con cáscara:

| Países                    | 2007(01-11)    | 2007(01-11)       | Variación Kg. | Participación | Precio medio importación |
|---------------------------|----------------|-------------------|---------------|---------------|--------------------------|
|                           | Miles de euros | Kg.               |               |               |                          |
| Estados Unidos            | 15.626         | 7.225.800         | -36%          | 57,3%         | € 2,16                   |
| Francia                   | 9.297          | 3.953.937         | -19%          | 31,4%         | € 2,35                   |
| Chile                     | 2.686          | 1.117.872         | 38%           | 8,9%          | € 2,40                   |
| India                     | 440            | 93.400            | 345%          | 0,7%          | € 4,71                   |
| Alemania                  | 244            | 88.400            | 15%           | 0,7%          | € 2,76                   |
| Italia                    | 78             | 81.340            | -             | 0,6%          | € 0,95                   |
| Países Bajos              | 84             | 28.840            | 6309%         | 0,2%          | € 2,91                   |
| Portugal                  | 49             | 15.573            | 9%            | 0,1%          | € 3,16                   |
| <b>Totales / Promedio</b> | <b>28.503</b>  | <b>12.605.162</b> | <b>-26%</b>   | <b>100,0%</b> | <b>€ 2,68</b>            |



# Barreras Técnicas

Son de carácter estatal y cumplimiento obligatorio (países OMC).

- Normas técnicas (etiquetado).
- Reglamentaciones comerciales (ley antiterrorismo USA).
- Certificaciones especiales (orgánicos).
- Las certificaciones privadas no están comprendidas en esta definición (BRC, ISO, etc).
- [http://docsonline.wto.org/gen\\_home.asp](http://docsonline.wto.org/gen_home.asp)
- <http://codexalimentarius.net>
- <http://wssn.net> (World Standards Services Network).

También se pueden encontrar estándares privados usados en Países en Desarrollo.

- [www.iso.org](http://www.iso.org)
- [www.intracen.org](http://www.intracen.org)
- [www.iaf.org](http://www.iaf.org)
- [www.ticqa.eotc.be](http://www.ticqa.eotc.be) (laboratorios, certificaciones).
- [www.ansi.org](http://www.ansi.org) (American National Standard).

# Otras Barreras

- Barreras Cuantitativas: cuotas, contingentes, etc., globales o individuales.
- Restricciones de acceso: licencias no automáticas.
- Prácticas distorsionadoras del comercio.



# Elección de Mercados

- Si es por Vía de Mercado Objetivo es importante elegir y focalizar la acción en los mercados que mas nos convengan. Dispersarse es un error común.
- Análisis también de cuantos mercados podemos abastecer o conviene tentar (capacidad de producción, financiera, de inversión en promoción).
- Concentrar o Diversificar?.

# Elección de Mercados

## Ventajas de la Concentración:

- Mayor posibilidad de control.
- Reducción del Costo Administrativo.
- Mayor posibilidad de actuación sobre variables diferentes al precio.
- Mejor conocimiento del mercado y del cliente.



# Elección de Mercados

Ventajas de la Diversificación:

- Menor riesgo de dependencia de un mercado.
- Mayor flexibilidad de opciones.
- Mayor inversión proporcional.
- Mayor cantidad de clientes potenciales.



# Elección de Mercados: Como evaluar si nos resulta interesante

- El país debe ser importador destacado de mi producto. Y si es posible en crecimiento.
- Que Argentina sea exportador de ese producto y que exporte a ese mercado ( o sea libre de exportar).
- Que las barreras comerciales y no comerciales en dicho mercado sean abordables.
- Que la estabilidad económica, social y política sea suficiente.
- Que existan canales de distribución aceptables y disponibles para nuestra empresa (importadores, logística, almacenamiento, contacto de clientes).
- Que exista posibilidad de apoyo tanto del estado como del sector al que represento ( acciones de promoción conjunta).

Que pasa si recibo demandas de mercados que no son mi objetivo:  
Analizar y filtrar. Mantener la confianza en la elección de mercado realizada.

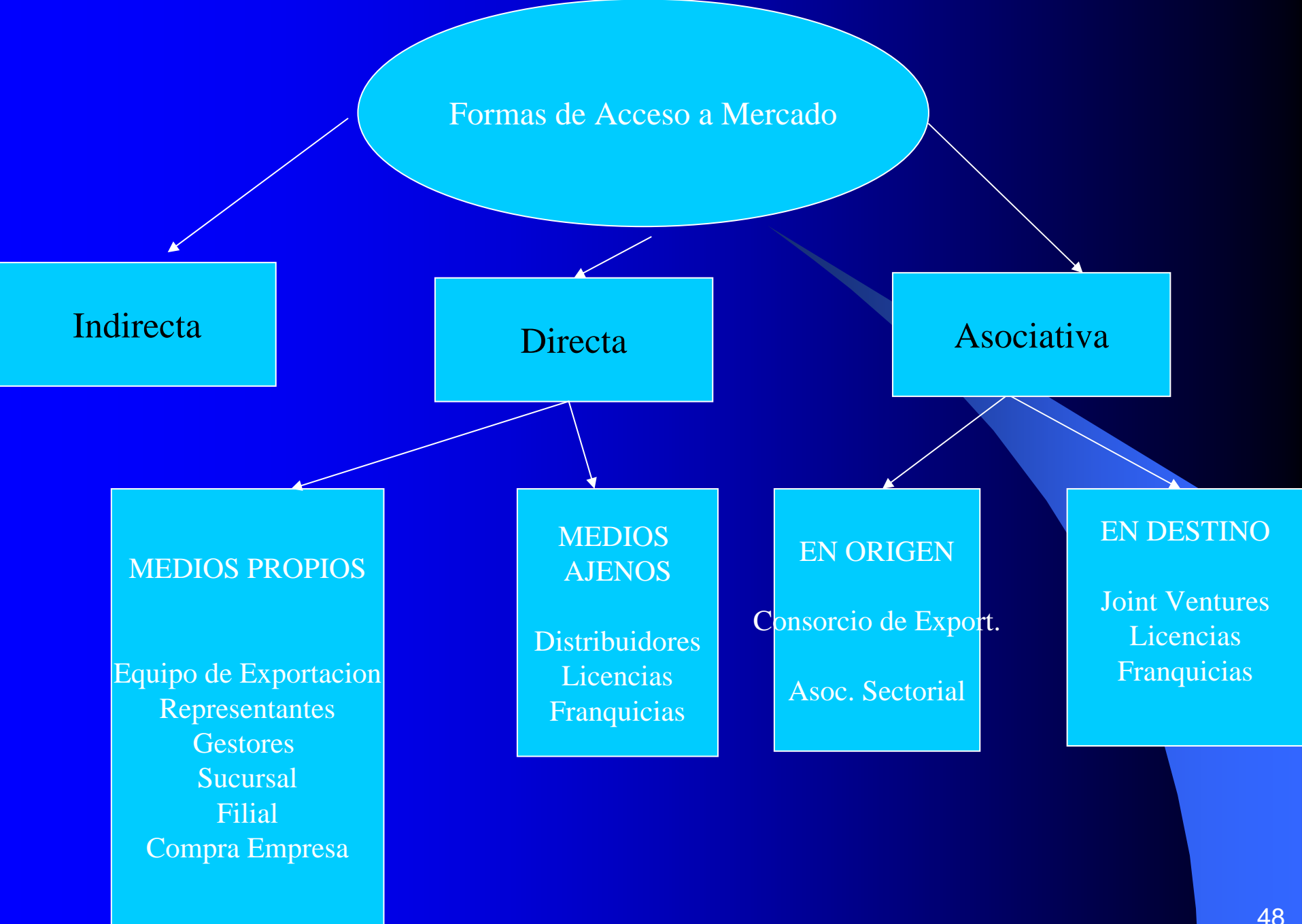
# Como Actuar mejor en el País Elegido

- Se debe pensar en la estrategia a seguir en materia de canal de comunicación, acción comercial, distribución.
- 3 formas principales de acceso:

Exportación Indirecta

Exportación Directa

Formulas de Asociación





# Determinación del Precio de Exportación

- Debe generar margen pero a la vez permitir el negocio (competitivo).
- No es valido la comparación de precios entre mercado externo y el interno.
- Los cálculos iniciales son aproximados y luego se afina el análisis.
- Punto de referencia: competidores exportadores y precio en el mercado.
- Precio es un indicativo del nivel de servicio o de la OFERTA total ( recordar diferencia entre precio de exportación y oferta).
- Una vez fijado el precio no es fácil cambiarlo, en especial si se exporta a países desarrollados.



**EXI**  
IMPORTACIONES EXPORTACIONES

**NOSIS**

El más completo sistema de información de comercio exterior por Internet. Realiza búsquedas por marca y modelo de la mercadería, posición arancelaria, país de procedencia y muchos otros parámetros. Genera reportes y gráficos. Exporta a Excel.

Seleccione el idioma de la interface

**Finalizar**

Elija la fuente que desea consultar haciendo click en alguno de los links de abajo

- |  |   |   |
|--|---|---|
| <b>Argentina</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Importaciones →</li> <li>▪ Exportaciones detallado →</li> <li>▪ Exportaciones estadístico</li> <li>▪ Oportunidades Comerciales</li> </ul>          | <b>Nuevo China</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Importaciones →</li> <li>▪ Exportaciones →</li> </ul>       | <b>Panamá</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Importaciones →</li> <li>▪ Exportaciones →</li> </ul>  |
| <b>Brasil</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Impo x 9 meses detallado</li> <li>▪ Importaciones estadístico →</li> <li>▪ Expo x 9 meses detallado</li> <li>▪ Exportaciones estadístico →</li> </ul> | <b>Colombia</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Importaciones →</li> <li>▪ Exportaciones →</li> </ul>          | <b>Paraguay</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Importaciones</li> <li>▪ Exportaciones</li> </ul>    |
| <b>Bolivia</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Importaciones</li> <li>▪ Exportaciones</li> </ul>  | <b>Ecuador</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Importaciones</li> <li>▪ Exportaciones</li> </ul>               | <b>Perú</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Importaciones</li> <li>▪ Exportaciones</li> </ul>        |
| <b>Chile</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Importaciones →</li> <li>▪ Exportaciones →</li> </ul>  | <b>Nuevo El Salvador</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Importaciones →</li> <li>▪ Exportaciones →</li> </ul> | <b>Uruguay</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Importaciones →</li> <li>▪ Exportaciones →</li> </ul> |
|  | <b>España</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Importaciones</li> <li>▪ Exportaciones</li> </ul>                | <b>Venezuela</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Importaciones</li> <li>▪ Exportaciones</li> </ul>   |
|  | <b>México</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Importaciones</li> <li>▪ Exportaciones</li> </ul>                |   |

## EXI EXPLORER

- Mejores búsquedas + analítico
- Valor en aduana, precios de transferencia
- Sin instalación, directo sobre Internet

→ Acceso directo a la fuente en EXI-Explorer

|            |             |     |          |                              |          |       |                 |       |           |             |             |         |
|------------|-------------|-----|----------|------------------------------|----------|-------|-----------------|-------|-----------|-------------|-------------|---------|
| 23/05/2007 | 20070390233 | 001 | 08023290 | HUERTOS DEL VALLE LTDA.      | ESPAÑA   | 5000  | KILOGRAMO NETO  | 9,08  | 45412,08  | --las demás | SAN ANTONIO | 5249    |
| 23/05/2007 | 20070390233 | 002 | 08023290 | HUERTOS DEL VALLE LTDA.      | ESPAÑA   | 5000  | KILOGRAMO NETO  | 8,40  | 41975,49  | --las demás | SAN ANTONIO | 5249    |
| 23/05/2007 | 20070390233 | 003 | 08023290 | HUERTOS DEL VALLE LTDA.      | ESPAÑA   | 540   | KILOGRAMO NETO  | 8,79  | 4745,43   | --las demás | SAN ANTONIO | 572,32  |
| 14/05/2007 | 20070340231 | 002 | 08023290 | HUERTOS DEL VALLE LTDA.      | HOLANDA  | 6000  | KILOGRAMO NETO  | 8,35  | 50122,39  | --las demás | VALPARAISO  | 6348    |
| 14/05/2007 | 20070340231 | 001 | 08023290 | HUERTOS DEL VALLE LTDA.      | HOLANDA  | 10000 | KILOGRAMO NETO  | 9,04  | 90449,39  | --las demás | VALPARAISO  | 10580   |
| 14/05/2007 | 20070390231 | 001 | 08023290 | HUERTOS DEL VALLE LTDA.      | ESPAÑA   | 21450 | KILOGRAMO NETO  | 9,10  | 195140,00 | --las demás | SAN ANTONIO | 22694,1 |
| 14/05/2007 | 20070340231 | 003 | 08023290 | HUERTOS DEL VALLE LTDA.      | HOLANDA  | 4000  | KILOGRAMO NETO  | 7,17  | 28675,22  | --las demás | VALPARAISO  | 4232    |
|            |             |     |          |                              |          |       | precio promedio | 8,28  |           |             |             |         |
| 28/04/2008 | 20080390277 | 001 | 08023290 | EXPORTADORA SUN WEST S.A     | ESPAÑA   | 9500  | KILOGRAMO NETO  | 11,78 | 111900,00 | --las demás | SAN ANTONIO | 10212,5 |
| 07/09/2007 | 20070390246 | 001 | 08023290 | EXPORTADORA SUN WEST S.A     | ESPAÑA   | 9500  | KILOGRAMO NETO  | 9,21  | 87502,00  | --las demás | SAN ANTONIO | 10212,5 |
| 27/08/2007 | 20070340245 | 001 | 08023290 | EXPORTADORA SUN WEST S.A     | ALEMANIA | 9500  | KILOGRAMO NETO  | 9,20  | 87380,00  | --las demás | VALPARAISO  | 10212,5 |
| 27/08/2007 | 20070340245 | 001 | 08023290 | EXPORTADORA SUN WEST S.A     | ALEMANIA | 9500  | KILOGRAMO NETO  | 9,20  | 87380,00  | --las demás | VALPARAISO  | 10212,5 |
| 23/07/2007 | 20070340239 | 001 | 08023290 | EXPORTADORA SUN WEST S.A     | FRANCIA  | 9500  | KILOGRAMO NETO  | 8,71  | 82726,00  | --las demás | VALPARAISO  | 10212,5 |
| 26/06/2007 | 20070390238 | 001 | 08023290 | EXPORTADORA SUN WEST S.A     | ESPAÑA   | 19000 | KILOGRAMO NETO  | 8,79  | 167074,00 | --las demás | SAN ANTONIO | 20425   |
|            |             |     |          |                              |          |       | precio promedio | 9,48  |           |             |             |         |
| 07/01/2008 | 20080340259 | 001 | 08023290 | SOCIEDAD ENGLANDER NUSS S.A. | HOLANDA  | 15050 | KILOGRAMO NETO  | 7,89  | 118794,00 | --las demás | VALPARAISO  | 15803   |
| 26/11/2007 | 20070340255 | 001 | 08023290 | SOCIEDAD ENGLANDER NUSS S.A. | HOLANDA  | 20000 | KILOGRAMO NETO  | 7,95  | 158989,00 | --las demás | VALPARAISO  | 21000   |
| 05/10/2007 | 20070340250 | 001 | 08023290 | SOCIEDAD ENGLANDER NUSS S.A. | ALEMANIA | 9000  | KILOGRAMO NETO  | 8,51  | 76616,10  | --las demás | VALPARAISO  | 9495    |
| 05/10/2007 | 20070340250 | 002 | 08023290 | SOCIEDAD ENGLANDER NUSS S.A. | ALEMANIA | 1000  | KILOGRAMO NETO  | 8,51  | 8512,90   | --las demás | VALPARAISO  | 1055    |
| 05/10/2007 | 20070340250 | 001 | 08023290 | SOCIEDAD ENGLANDER NUSS S.A. | HOLANDA  | 10000 | KILOGRAMO NETO  | 7,99  | 79879,00  | --las demás | VALPARAISO  | 10550   |
| 14/09/2007 | 20070340247 | 001 | 08023290 | SOCIEDAD ENGLANDER NUSS S.A. | HOLANDA  | 10000 | KILOGRAMO NETO  | 7,89  | 78879,00  | --las demás | VALPARAISO  | 10500   |
| 12/09/2007 | 20070340246 | 001 | 08023290 | SOCIEDAD ENGLANDER NUSS S.A. | ALEMANIA | 9000  | KILOGRAMO NETO  | 8,79  | 79128,00  | --las demás | VALPARAISO  | 9495    |
| 12/09/2007 | 20070340246 | 002 | 08023290 | SOCIEDAD ENGLANDER NUSS S.A. | ALEMANIA | 1000  | KILOGRAMO NETO  | 6,04  | 6042,00   | --las demás | VALPARAISO  | 1055    |
| 31/07/2007 | 20070340242 | 001 | 08023290 | SOCIEDAD ENGLANDER NUSS S.A. | HOLANDA  | 10000 | KILOGRAMO NETO  | 7,99  | 79920,00  | --las demás | VALPARAISO  | 10500   |
| 30/06/2007 | 20070340239 | 001 | 08023290 | SOCIEDAD ENGLANDER NUSS S.A. | ALEMANIA | 5000  | KILOGRAMO NETO  | 8,87  | 44325,00  | --las demás | VALPARAISO  | 5250    |
| 28/06/2007 | 20070340236 | 001 | 08023290 | SOCIEDAD ENGLANDER NUSS S.A. | ALEMANIA | 5000  | KILOGRAMO NETO  | 8,87  | 44325,00  | --las demás | VALPARAISO  | 5250    |
| 23/06/2007 | 20070340237 | 001 | 08023290 | SOCIEDAD ENGLANDER NUSS S.A. | HOLANDA  | 10000 | KILOGRAMO NETO  | 7,87  | 78700,00  | --las demás | VALPARAISO  | 10500   |
| 23/06/2007 | 20070340237 | 001 | 08023290 | SOCIEDAD ENGLANDER NUSS S.A. | HOLANDA  | 10000 | KILOGRAMO NETO  | 7,87  | 78700,00  | --las demás | VALPARAISO  | 10500   |
|            |             |     |          |                              |          |       | precio promedio | 8,08  |           |             |             |         |
| 28/12/2007 | 20070340259 | 001 | 08023210 | EXPORTADORA ANAKENA LTDA.    | ALEMANIA | 18860 | KILOGRAMO NETO  | 9,29  | 175172,12 | --enteras   | VALPARAISO  | 20746   |
| 17/12/2007 | 20070390257 | 001 | 08023210 | EXPORTADORA ANAKENA LTDA.    | ESPAÑA   | 14450 | KILOGRAMO NETO  | 9,33  | 134752,45 | --enteras   | SAN ANTONIO | 15895   |
| 17/12/2007 | 20070390257 | 002 | 08023210 | EXPORTADORA ANAKENA LTDA.    | ESPAÑA   | 4410  | KILOGRAMO NETO  | 8,49  | 37426,05  | --enteras   | SAN ANTONIO | 4851    |
| 17/12/2007 | 20070390257 | 001 | 08023210 | EXPORTADORA ANAKENA LTDA.    | ESPAÑA   | 8820  | KILOGRAMO NETO  | 9,31  | 82140,00  | --enteras   | SAN ANTONIO | 9702    |
| 17/12/2007 | 20070390257 | 001 | 08023290 | EXPORTADORA ANAKENA LTDA.    | ESPAÑA   | 10584 | KILOGRAMO NETO  | 7,14  | 75613,20  | --las demás | SAN ANTONIO | 11466   |
| 10/12/2007 | 20070340257 | 001 | 08023210 | EXPORTADORA ANAKENA LTDA.    | ALEMANIA | 18860 | KILOGRAMO NETO  | 9,29  | 175171,32 | --enteras   | VALPARAISO  | 20746   |
| 21/11/2007 | 20070340254 | 001 | 08023210 | EXPORTADORA ANAKENA LTDA.    | ALEMANIA | 18860 | KILOGRAMO NETO  | 9,29  | 175172,12 | --enteras   | VALPARAISO  | 20746   |

# Composición del Precio de Exportación

- **Costo Variable de Producción.**  
Materias primas, materiales, mano de obra, cargas sociales, tercerizaciones,=EXW.
- **Costos de adaptación del producto para el cliente o mercado objetivo.**  
Etiquetas, cajas, bolsas, manuales, palletizado, fletes internos, gastos bancarios, avales, garantías, mermas por calidad, tratamientos sanitarios y comisión intermediarios.
- **Margen de beneficio que se quiere obtener sobre ese costo.**
- **Costos añadidos o extras por puesta a punto en el **incoterm** requerido y por necesidades del cliente.**  
Transporte y/o flete hasta el puerto propio o de destino( FOB o CIF; CFR) aranceles aduaneros, despachante, gts. Portuarios, derechos de exportación, gastos bancarios por cobro.
- **Comisiones por intermediarios o agentes.**

Sólo si son compradores de nuestro producto y se quiere comparar el precio final disponible para el cliente.

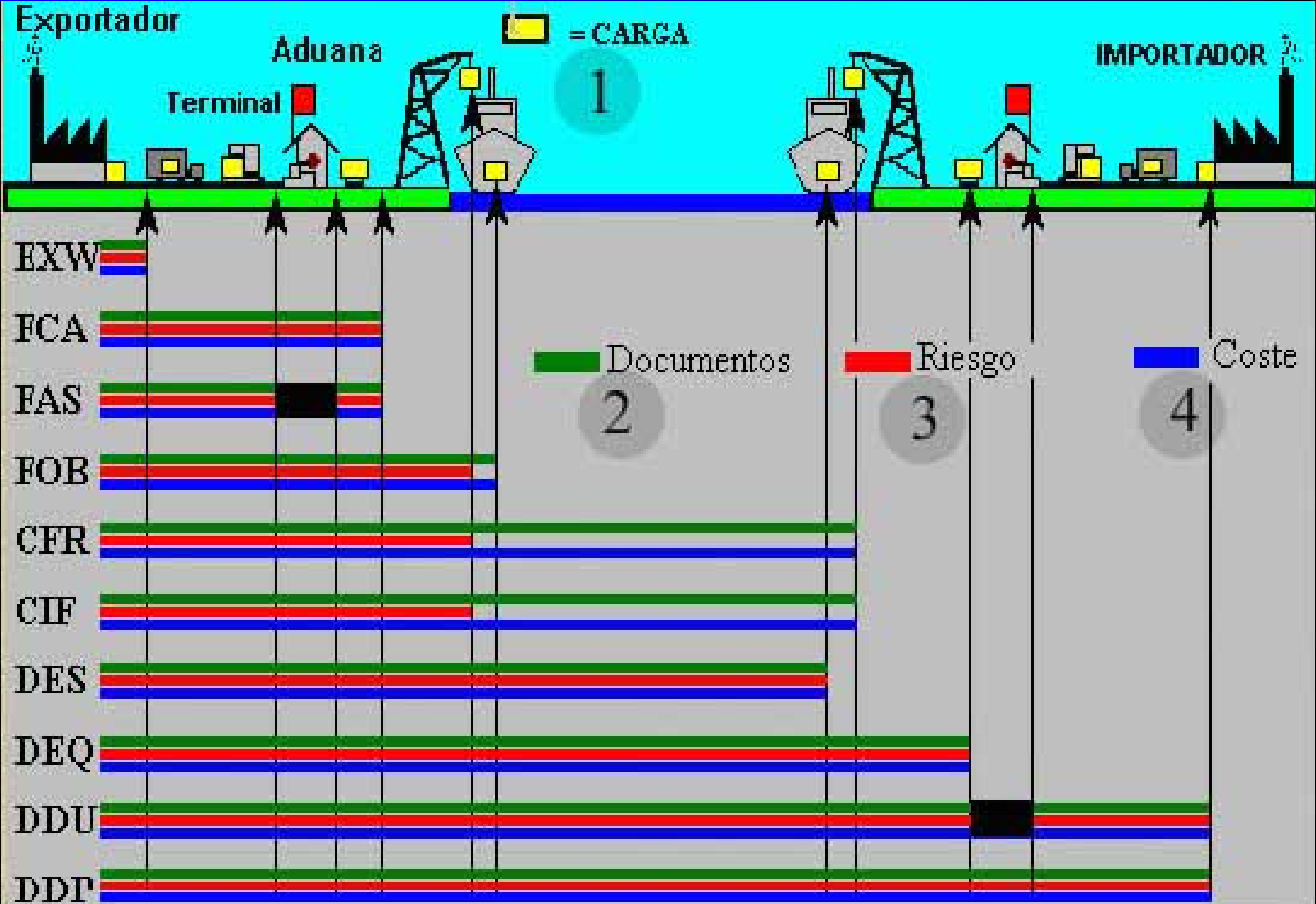
# Incoterms

- Los Incoterms son un conjunto de reglas para la interpretación de los términos más utilizados en el comercio internacional. Procuran evitar, o al menos reducir, los conflictos entre las partes.
- El alcance de los Incoterms está limitado al ámbito de los derechos y obligaciones de las partes (comprador y vendedor) de un contrato de Compra-Venta, con respecto a la entrega de las mercaderías vendidas (bienes tangibles).
- La Cámara de Comercio Internacional (CCI), publicó la primera serie de definiciones de los Incoterms en 1936.

<http://www.aduanaargentina.com/it.php>

<http://www.argentinatradenet.gov.ar/sitio/datos/material/incoterms.pdf>

<http://www.iccwbo.org/incoterms/id3040/index.html>

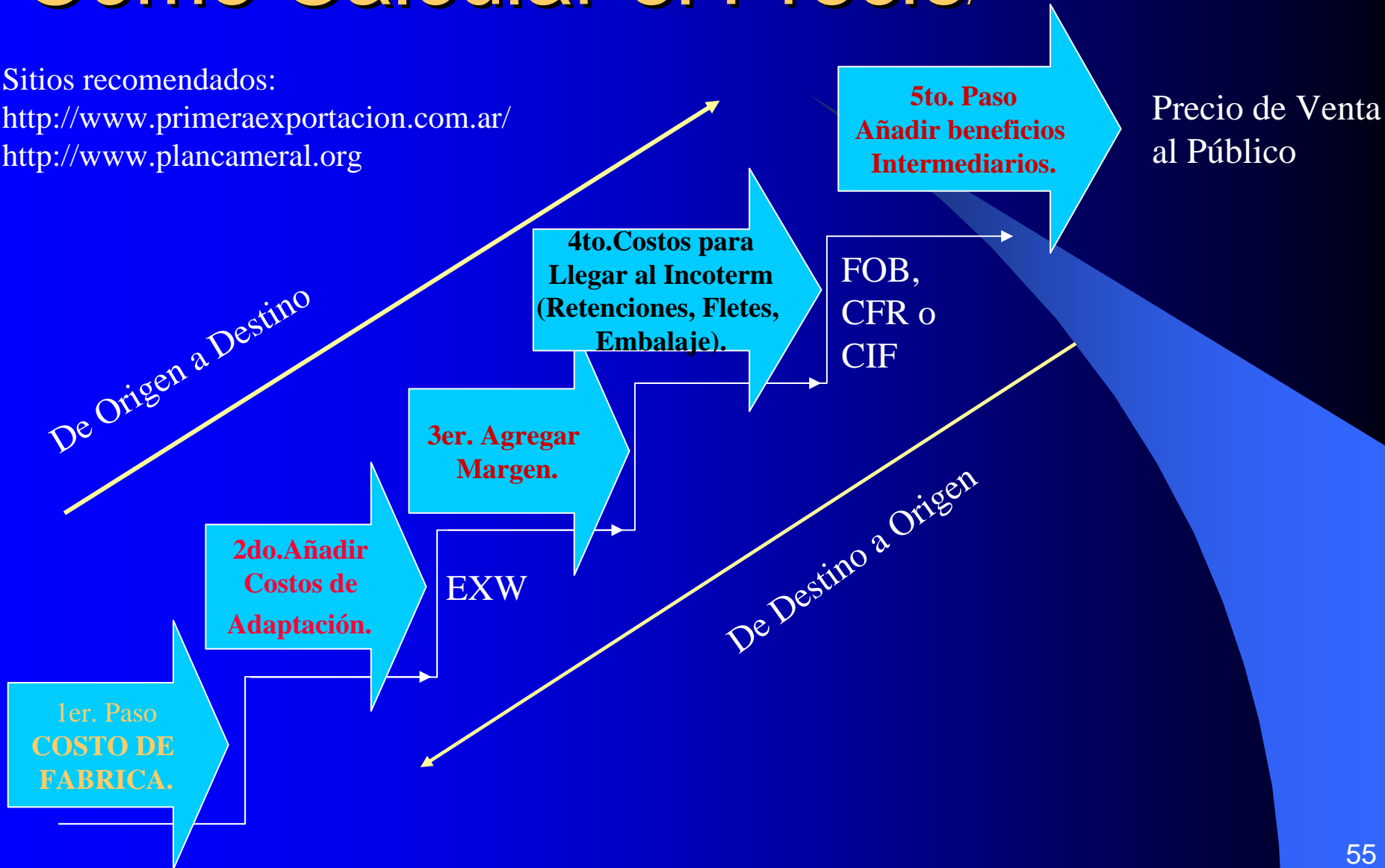


# Cómo Calcular el Precio,

Sitios recomendados:

<http://www.primeralexportacion.com.ar/>

<http://www.plancameral.org>



**FOB / FCA** puerto de embarque o lugar pactado

**Transporte internacional**

**CFR** país de destino

**Seguro Internacional**

**CIF** país de destino

**Tramites de importación, costos logísticos**

**Derechos, tasas, impuestos**

**Costo de distribución (canal)**

**Precio al consumidor final**



# Ejemplo Elaboración Precio

|   |             |                       |              |
|---|-------------|-----------------------|--------------|
| Costo Variable de producción              | <b>6,70</b> |                       |              |
| Costo preparación exportación             | <b>1,15</b> |                       |              |
| Margen Contribución Deseado               | <b>2,80</b> |                       |              |
| Comisión Agente Comercial                 | <b>1,00</b> | <i>Precio Exwork</i>  | <b>11,65</b> |
| Transp.Interno, almacenamiento, manipuleo | <b>0,55</b> |                       |              |
| Documentación, Aduana, Certificados       | <b>0,35</b> | <i>Precio Fob</i>     | <b>12,55</b> |
| Transp. Internacional y seguro            | <b>1,45</b> | <i>Precio CIF</i>     | <b>14,00</b> |
| Aduana, despacho, almacén, derechos       | <b>0,75</b> |                       |              |
| Transporte a Comprador                    | <b>0,50</b> | <i>Precio DDP</i>     | <b>15,25</b> |
| Recargo Importador (15%)                  |             |                       | <b>17,54</b> |
| Recargo Distribuidor (10%)                |             |                       | <b>19,29</b> |
| Recargo Detallista (40%)                  |             | <i>Precio Publico</i> | <b>27,01</b> |

| DESTINO: ESPAÑA                           |                      | BOLSAS X 25 KG    |                      |
|---|----------------------|-------------------|----------------------|
| POSICIÓN ARANCELARIA:                     | 0802.31.00.90        |                   |                      |
| TIPO DE CAMBIO:                           | 3,90                 | reintegros 2,7%.  |                      |
|   |                      |                   |                      |
|   |                      | FOB UNITARIO / kg | TOTAL                |
| FOB Bs As.                                | 20000                | 4,277 USD         | 85.540,00 USD        |
| Flete Marítimo .                          |                      | 0,00              | - USD                |
| Seguro estimado                           |                      |                   | - USD                |
| <b>TOTAL CIF</b>                          |                      |                   | <b>85.540,00 USD</b> |
| Derechos                                  | 5%                   |                   | 4.277,00 USD         |
| Tasa Estad.                               |                      |                   | - USD                |
| <b>CIF BASE IVA</b>                       |                      |                   | <b>89.817,00 USD</b> |
| IVA Gral                                  |                      |                   | - USD                |
| IVA Adicional                             | Reintegro<br>0%      |                   | - USD                |
| Imp. a las Gcias.                         | IVA 21%              |                   | - USD                |
| IIBB                                      |                      |                   | - USD                |
| Sistema María                             |                      |                   | 10,00 USD            |
| <b>TOTAL IMPUESTOS Y GRAVAMENES</b>       |                      |                   | <b>89.827,00 USD</b> |
| <b>Gastos locales</b>                     |                      |                   |                      |
| Ag. Maritima x emision B/L y otros        |                      |                   | 350,00 USD           |
| Despachante Aduana - honorarios           | 0,60%                |                   | 107,78 USD           |
| Gastos administrativos y operativos Bs. A | \$ 250 + IVA         |                   | 77,60 USD            |
| Handling                                  | Usd 100 + IVA        |                   | 121,00 USD           |
| IVETRA                                    | usd 14 x camión      |                   | 14,00 USD            |
| Gastos de puerto Terminal Exolgan         | usd 130 + usd 2 x TN |                   | 206,00 USD           |
| Certificado Senasa                        | \$ 500 + IVA         |                   | 156,00 USD           |
| Certificado de Origen                     | \$ 100 + IVA         |                   | 31,00 USD            |
| Certificado INAL                          | no corresponde       |                   | - USD                |
| imp. deb. cred.                           | 1,20%                |                   |                      |
| <b>TOTAL GASTOS LOCALES</b>               |                      |                   | <b>90.890,38 USD</b> |

# TRIBUTOS

## REGIDOS POR LA LEGISLACION ADUANERA

- El derecho de exportación grava la exportación para consumo.
- Cuando el exportador acredite fehacientemente que no ha podido exportar en los plazos, formas y condiciones correspondientes, se podrá prorrogar el plazo de pago.
- El exportador deberá garantizar el importe de las sanciones eventualmente aplicables a que hace referencia.
- El derecho de exportación puede ser ad valorem o específico.

# TRIBUTOS

## REGIDOS POR LA LEGISLACION ADUANERA

- La fecha de registro de la destinación de exportación definitiva a consumo (momento imponible) fijará:
  - . El tipo de cambio a aplicar.
  - . La alícuota de los derechos a aplicar en la operación de exportación.
  - . La normativa a aplicar en la operación de exportación.

- Tipo de cambio:

Se considerará el tipo de cambio comprador vigente al cierre del día hábil inmediato anterior al de la fecha de registro de la destinación de exportación a consumo. Es decir que si la fecha de la destinación es el día lunes 4 de octubre de 2007, el tipo de cambio a aplicar será el del cierre del día viernes 1 de octubre de 2007.

- Alícuota:

Tanto en las importaciones como en las exportaciones el porcentaje de derechos a la importación o exportación lo regula el Ministerio de Economía, conforme a sus políticas en la materia, siendo la DGA el organismo de aplicación de las mismas

- Estos derechos pueden ser:
  - a) ad valorem
  - b) específicos

# TRIBUTOS

## REGIDOS POR LA LEGISLACION ADUANERA

### Explicaciones:

- Permite aumentar la recaudación fiscal rápidamente.
- Genera financiamiento publico.
- Reducción de precios para el consumidor interno / inflación.

### Contra Indicaciones:

- Debilitamiento del sector en algunos casos.
- Debilitamiento en las negociaciones ante la OMC y otros foros.

## **TASA DE ESTADISTICA**

- La importación o la exportación, fuere definitiva o suspensiva, respecto de la cual se prestare con carácter general un servicio estadístico, podrá estar gravada con una tasa ad valorem por tal concepto.

## **TASA DE SERVICIOS EXTRAORDINARIOS**

- Las operaciones y demás actos sujetos a control aduanero, cuya realización se autorizare en horas inhábiles, están gravados con una tasa cuyo importe debe guardar relación con la retribución de los servicios extraordinarios que el servicio aduanero debiere abonar a los agentes que se afectaren al control de dichos actos.

## **TASA DE ALMACENAJE**

- Cuando el servicio aduanero se constituyere en depositario de mercadería, percibirá una tasa de retribución del servicio de almacenaje.

# Estímulos a la Exportación

- El **RÉGIMEN DE REINTEGROS** es aquel en virtud del cual se restituyen, total o parcialmente, los importes que se hubieran pagado en concepto de tributos interiores por la mercadería que se exportare para consumo a título oneroso o bien, por los servicios que se hubieren prestado con relación a la mencionada mercadería.
- El **RÉGIMEN DE REEMBOLSOS** es aquel en virtud del cual se restituyen, total o parcialmente, los importes que se hubieran pagado en concepto de tributos por la previa importación para consumo de toda o parte de la mercadería que se exportare para consumo a título oneroso o bien, por los servicios que se hubieren prestado con relación a la mencionada mercadería.

# Otros estímulos

- Régimen de Admisión Temporaria de Mercaderías.
- Exención de I.V.A.
- Exención del pago a los Ingresos Brutos.
- Exención del pago al Impuesto a los Sellos.
- Régimen de exportación de “plantas llave en mano”.
- Sistema Generalizado de Preferencias.



# Cobro de la Exportación

- Existen riesgos de cobro como en el mercado interno.
- La mayoría de nuestros competidores no cobra un % adelantado por la exportación (>competitividad).
- Se debe buscar una posición conveniente para hacer la operación con el menor riesgo aceptable ( En caso de nueces sin cáscara el riesgo es muy alto 10 tns =US\$ 150.000).
- Que factores inciden al tomar la decisión:
  - seguridad del cobro del medio a utilizar: adelanto, CAD, LC.
  - costo del medio de pago.
  - facilidad para obtener anticipos sobre mi producto.
  - capacidad de pago de mi cliente (existen compañías tipo VERAZ).
  - situación general del país donde va la mercadería y donde radica el comprador.

# Medios de Pago Utilizados

- **Aquellos que dependen de la voluntad de pago del importador:** Cheque, deposito, consignación (común en caso de fruta fresca). Requiere máximo grado de confianza.
- **Pago contra Documentos de Exportacion:** Una vez que se embarca la mercadería se remiten vía email o fax las copias de los originales de factura; BL; packing list; certificados SENASA; Cert. origen y otros. Al recibirlo el comprador procede a hacer una transferencia bancaria. Al confirmarse la recepción el exportador envía los documentos originales via courier. Requiere alto grado de confianza.
- **Remesa Documentaria:** Los documentos mencionados se remiten a un banco elegido por el importador, y este como si los documentos son correctos procede al pago. Requiere aún cierto grado de confianza.

# Medios de Pago Utilizados

## ● Crédito Documentario:

1. El importador ordena a su banco que abra un crédito documentario
2. Aprobado el crédito el banco del importador avisa al exportador el OK vía el banco designado por el exportador.
3. El exportador analiza el crédito y conforme, procede a embarcar o poner a disposición la mercadería
4. Procede luego a entregar los documentos de embarque a su banco y si este da el conforme procede al pago de la exportación remitiendo los documentos al banco del importador
5. Si son conformes remite el pago al banco del exportador.
6. El banco del importador entrega los documentos a este y le cobra.

Características de una LC:

**Irrevocable, Notificada, Confirmada.**

# Solvencia de Pago

- Debemos considerar dos solvencias: Moral y Económica.
- La primera es subjetiva e incierta, pero puede elaborarse un semblante vía competencia, vía visitas al comprador o viceversa, etc.
- Existen herramientas que ayudan a conocer la Solvencia Económica.

-Directorios de Empresas: <http://www.export-leads.com>

-Directorio Europeo: <http://www.europages.com>

-Directorio internacional de empresas: <http://www.kompass.com>

-Compañías de seguro de crédito: <http://www.coface.com>

-Información Financiera: <http://www.informasa.es>

# Oferta o Cotización (Quotation)

Se puede tomar en cuenta lo siguiente:

- Descripción de la Mercadería.
- Precio y Condiciones Incoterm.
- Medios de Pago.
- Período de validez de la oferta.
- Plazo de Entrega o recepción.

# Factura Proforma

- Supone una cotización pero tiene valor pre contractual. Se utiliza para cerrar la negociación.
- Debe considerarse hacer constar:
  - Fecha de Emisión.
  - Exportador (datos).
  - Importador (datos).
  - Descripción del producto.
  - Precios Unitarios y Totales ( también descuentos de existir) y moneda de pago.
  - País de origen de la mercadería.
  - Peso (bruto y neto) y Volumen (bruto y neto).
  - Lugar o pto. de entrega e INCOTERM.
  - Forma de pago elegida.
  - Plazo de entrega previsto y periodicidad si es mas de un embarque programado.
  - Plazo estimado de partida del buque y plazo estimado de llegada.
  - Fecha de Expiración de la oferta.

Site de consulta:

[http://www.tradeport.org/TS\\_E/TRADEXPERT/DETAILS/QUOTES/INDEX.HTML](http://www.tradeport.org/TS_E/TRADEXPERT/DETAILS/QUOTES/INDEX.HTML)

**S.A.****FACTURA PROFORMA**

(1003) Ciudad de Buenos Aires  
 Tel. (05411)  
 IVA : Responsable Inscripto  
 CUIT : 30-

 Fecha   

N° 0001-00000035

Sres. **CERES ENTERPRISES LTD**

**Auckland, 1060, New Zealand - PO BOX 11-336, Ellerslie Auckland**  
**Permiso de embarque**

|   |  | PRICE      |                |
|---|--|------------|----------------|
|   |  | UNIT       | TOTAL          |
| 40000   | Net Kg of Organic Cane Sugar<br>2x20'FCL with 1600 bags of 25 Kg each one<br><br>C.F.R VALUE<br><br>Vessel: to confirm<br>Port: Auckland<br>Containers: 2 x20'<br><br>Peso neto: 40.000,00 kg.<br>Peso bruto: 40.400,00 kg.<br><br>IVA EXENTO - OPERACIÓN DE EXPORTACION | US\$ 0,716 | US\$ 28.600,00 |
| The price of the second container will be adapt to the price of freight at moment of the load |  | Subtotal   | 28.600,00      |
|   |  | Total      | 28.600,00      |

# Preparación del Producto

## Embalar, Proteger y Marcar la Mercadería

BOLSAS de 50 kgs →



BIG BAGS: 400kgs/1000kgs



CAJAS



VACIO





# Transporte y Logística

- Reviste cada vez mas importancia, nos sólo por el servicio sino también por el alto costo, en especial del transporte terrestre en Argentina.
- Deberá lograrse la mejor ecuación entre el Precio/Seguridad/el tiempo de la travesía/Disponibilidad de fechas.
- Las Grandes exportadores tienen un depto especial de logística y buenos descuentos con las navieras (trato directo)
- Las PyMES deben actuar mediante un intermediario que sea de confianza y además lo asesore adecuadamente
- En el caso del terrestre (innland) es muy importante buscar precios adecuados y ver la mayor cantidad de opciones. Hoy en dia fluctuan mucho los precios entre compañías.
- En todos los casos analizar contratar un seguro.
- Si el volumen no es suficiente para llenar un contenedor (FCL-Full Container Load) se puede optar por carga consolidada (LCL-Less Than Container Load)
- Prestar mucha atención a los gastos accesorios de las operaciones FOB y CFR

# Transporte y Logística

## Gastos en Origen

- Toma de la mercadería en planta o fábrica
- Transporte interno en Argentina . Desde Rioja a Chile o Bs. As.
- Manipulación en Terminal ( Consolidación y/o de carga)
- Despacho de Exportación. Comisión agente aduana
- Tasas oficiales
- Documento de transito si corresponde
- Otros ( gestiones adicionales, comisiones, gremios)

# Transporte y Logística

## Gastos en Destino

- Manipulación Terminal. Descarga y consolidación en pto de arribo
- Despacho de IMPORTACION
- Tasas particulares ( empresas de servicios, puerto, etc)
- Tasas Oficiales. Impuestos estatales distintos del arancel y del iva de importación
- Transporte interior. Desde puerto a pto. De desconsolidación o destino
- Entrega. Desde el almacén local hasta el domicilio del consignatario
- Otros

# Tipos de Contenedores mas usados

## TIPOS DE CONTENEDORES

### CONTENEDORES COMUNES o DRYVAN

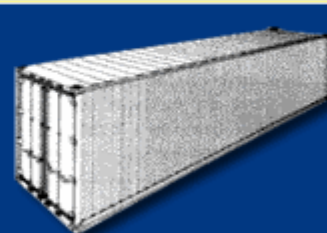
ADUANAS  
Y LOGÍSTICA  
INTERNACIONAL

#### 20 Pies Standard 20' x 8' x 8'6"

#### Descripción

|            |                   |                 |
|------------|-------------------|-----------------|
| Tara       | 2300 kg / 5070 lb |                 |
| Carga Max. | 28180 kg/62130 lb |                 |
| Max. P. B. | 30480 kg/67200 lb |                 |
| Medidas    | Internas          | Apertura Puerta |
| Largo:     | 5898 mm / 19'4"   | -               |
| Ancho:     | 2352 mm / 7'9"    | 2340 mm / 7'8"  |
| Altura:    | 2393 mm / 7'10"   | 2280 mm / 7'6"  |

Disponible para cualquier carga seca normal.  
Ejemplos: bolsas, pallets, cajas, tambores, etc.



Capacidad Cub. 33,2 m3 / 1172 ft3

20 Pies Cubicos

## TIPOS DE CONTENEDORES

### CONTENEDORES COMUNES o DRYVAN

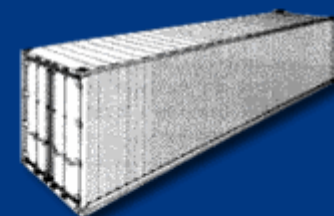
ADUANAS  
Y LOGÍSTICA  
INTERNACIONAL

#### 40 Pies Standard 40' x 8' x 8'6"

#### Descripción

|            |                     |                 |
|------------|---------------------|-----------------|
| Tara       | 3750 kg / 8265 lb   |                 |
| Carga Max. | 28750 kg / 63385 lb |                 |
| Max. P. B. | 32500 kg / 71650 lb |                 |
| Medidas    | Internas            | Apertura puerta |
| Largo:     | 12032 mm / 39'6"    | -               |
| Ancho:     | 2352 mm / 7'9"      | 2340 mm / 7'8"  |
| Altura:    | 2393 mm / 7'10"     | 2280 mm / 7'6"  |

Disponible para cualquier carga seca normal.  
Ejemplos: bolsas, pallets, cajas, tambores, etc.



Capacidad Cub. 67,7 m3 / 2390 ft3

40 Pies Cúbicos

# Especificaciones de Calidad Nueces

| Especificaciones físicas y químicas  |  |              |                    |
|--------------------------------------|--|--------------|--------------------|
| Calibre                              | Big                                      | Medium       | Small              |
| Cantidad por Kg.                     | 200-350                                  | 350-450      | 450-650            |
| <b>Colores</b>                       | <b>Extra Light</b>                       | <b>Light</b> | <b>Light Amber</b> |
| Humedad                              | ? 5%                                     | ? 5%         | ? 5%               |
| Ácidos grasos                        | ? 0.4%                                   | ? 0.4%       | ? 0.4%             |
| Aflatoxina B1                        | ? 2 ppb                                  | ? 2 ppb      | ? 2 ppb            |
| Aflatoxinas (B1, B2, G1, G2)         | ? 4 ppb                                  | ? 4 ppb      | ? 4 ppb            |
| Piezas Menores a medios              | ? 5%                                     | ? 5%         | ? 5%               |
| Mancha                               | ? 4%                                     | ? 4%         |                    |
| Desechados                           | ? 4%                                     | ? 4%         | ? 6%               |
| Gravemente mohoso o desecado         | ? 2%                                     | ? 3%         | ? 4%               |
| Dañados por insectos                 | ? 1%                                     | ? 1%         | ? 1%               |
| Podrido                              | ? 0.5%                                   | ? 0.5%       | ? 0.5%             |
| Total Defectos                       | ? 4                                      | ? 6          | ? 8                |
| Otras causas                         | no                                       | no           | no                 |
| Especificaciones microbiológicas     |  |              |                    |
| Moho                                 | 1.000                                    |              | CFU/g              |
| Levadura                             | 1.000                                    |              | CFU/g              |
| E. coli                              | < 3                                      |              | CFU/g              |
| Salmonella ssp.                      | Ausente                                  |              | CFU/g              |
| Staphylococcus Aureos                | < 100                                    |              | CFU/g              |
| Análisis sensorial                   |  |              |                    |
| Olor                                 |  | Típico       |                    |
| Sabor                                |  | Típico       |                    |
| Envase                               |  |              |                    |
| Bolsas                               |  | PET          |                    |
| Atmósfera modificada                 |  | N & CO2      |                    |
| Conservación                         | 18 meses después de la fecha de embalaje |              |                    |
| Almacenaje/Reserva/Estoc/Existencias | 4° C y 65% Humedad relativa              |              |                    |

California walnuts may be color sorted to meet specific product needs. The walnut spectrum chart (for comparison only) illustrates the wide range of color classifications available.

**A Extra light:** No more than 15% shall be darker than extra light of which only 2% (included in the 15%) may be darker than light.

**B Light:** No more than 15% shall be darker than light of which only 2% (included in the 15%) may be darker than light amber.

**C Light amber:** No more than 15% shall be darker than light amber of which only 2% (included in the 15%) may be darker than amber.

**D Amber:** No more than 10% shall be darker than amber. The official color chart is available from:

**DFA**

710 Striker Avenue, Sacramento, CA  
95834-1112  
Tel: 916-561-5900 Fax: 916-561-5906

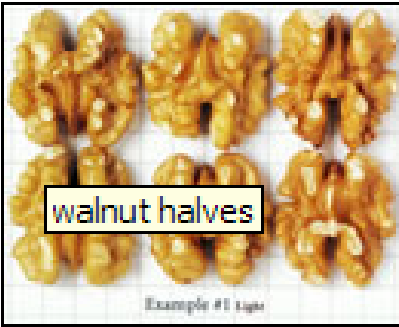
[www.dfaofca.com](http://www.dfaofca.com)

Note: The industry standard of 6/64 is tighter than the USDA standard of 8/64.

Source: USDA, United States Standards for Grades of Shelled Walnuts (*Juglans regia*). Agricultural Marketing Service. Effective September 1, 1968, reprinted January, 1997. [www.ams.usda.gov/standards/walnuts](http://www.ams.usda.gov/standards/walnuts) (Adobe Acrobat format).



Clasificación por tamaños, partes y colores:



Example # 1 Light

Halves



Example # 2 Light

Halves and pieces



Example # 3 Light/Light Amber

Halves and pieces



Example # 4 Light

Halves and pieces



Example # 5 Light/Light Amber

Halves and pieces

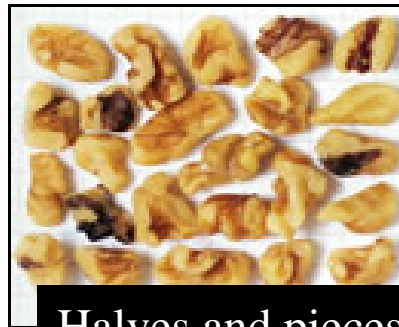


Example # 6 Light

Halves and pieces



Halves and pieces



Halves and pieces



Pieces

## Estandares de manejo y calidad esperados a nivel internacional

| Manejo                                       | Caract. Deseables                       | Nuez Criolla | Nuez Selecta |
|--|---|--------------|--------------|
| Recolección Cercana a la Madurez Fisiológica | Pulpa Clara 75%                         | No           | Si           |
| Secado Adecuado                              |   |              |              |
|  | Facilidad de Pelado                     | No           | Si           |
|  | Relación Pulpa/Cascara Mayor al 45%     | No           | Si           |
| Manejo Integrado de Plagas                   | Sanidad (Cydia, Ectomyelois, etc)       |              |              |
| Recolección Rapidez máxima de cosecha        | Sin Materias Extrañas<br>Sin Ranciedad  |              |              |
| Despelsonado                                 |   |              |              |
| Lavado                                       |   |              |              |
| Secado Adecuado                              | Sin Aspecto Oleoso                      |              |              |
| Secado Artificial                            | Humedad <5% sin c<br>Humedad <10% con c |              |              |
|  | Sin olores extraños<br>Sin micotoxinas  |              |              |



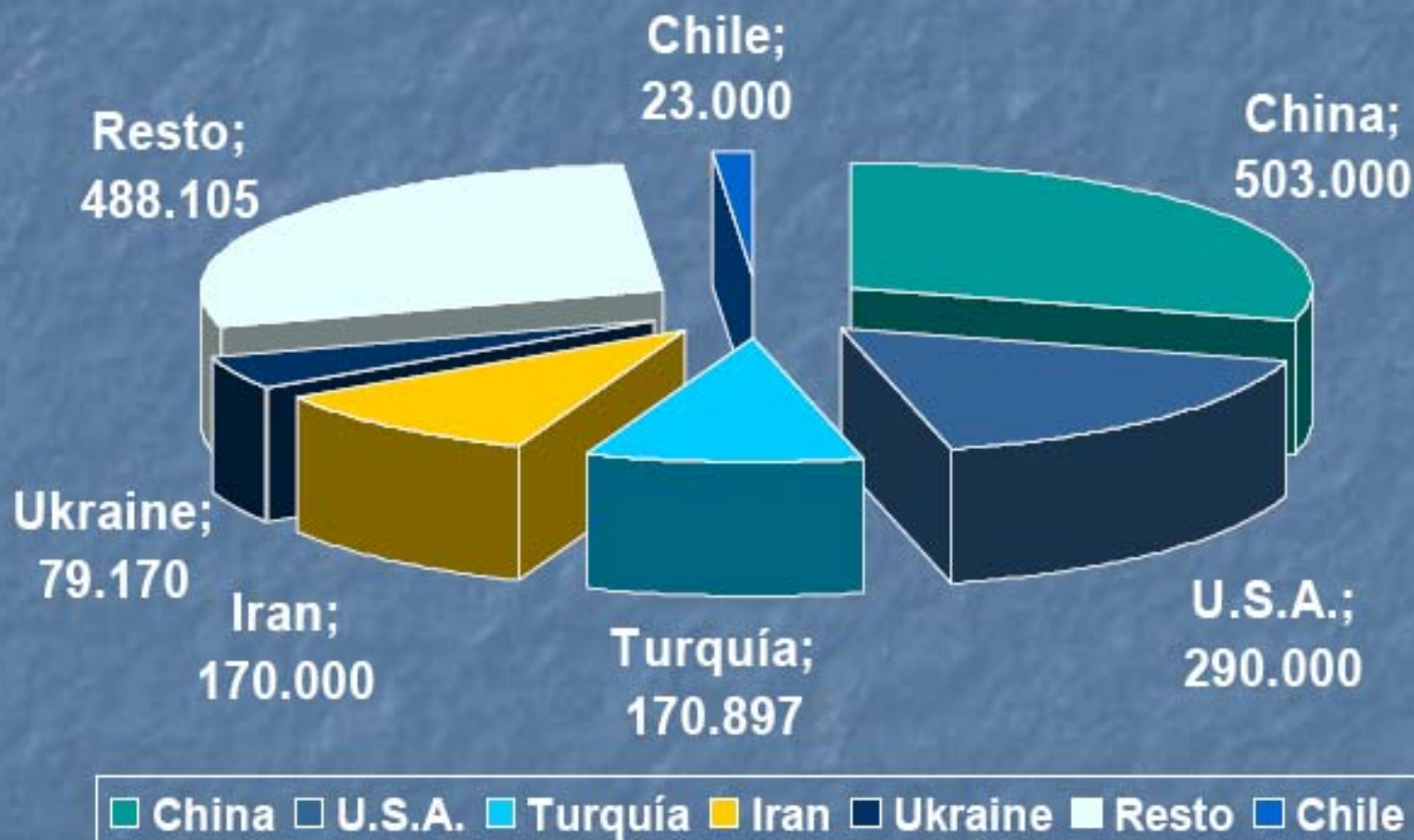
# Situación del Mercado Internacional de la Nuez

- Las Exportaciones totales en 2010 ascenderían a 385.000 toneladas.
- Se espera que la producción 2009/2010 llegue a los 1.2 Millones de tns (+5%). Principalmente por un aumento en la producción China.
- China representa aprox. el 45% de la producción mundial, consumiendo casi todo lo que produce.
- Importa desde EEUU principalmente.
- Según el USDA, los EEUU intentarán continuar con el crecimiento de sus exportaciones a mercados no Europeos (Mexico, Japón, Korea).
- Italia es el principal mercado de la nuez de USA.
- Francia, México, Chile y Ucrania son también importantes exportadores de nuez con cáscara junto a EEUU.
- Para la nuez sin cáscara, EE.UU , Mexico, Chile, China y Ucrania lideran las exportaciones.

# Situación del Mercado Internacional de la Nuez

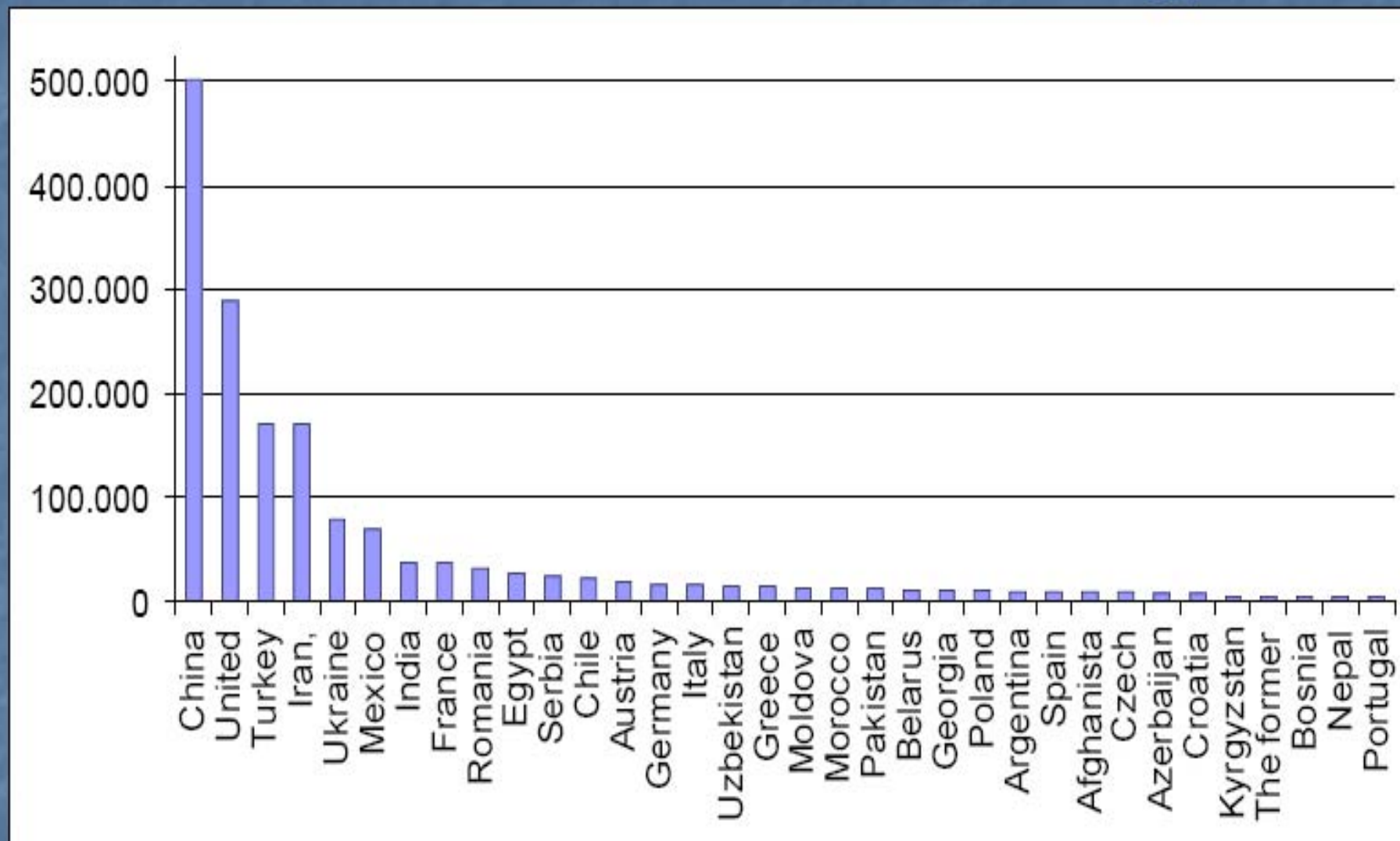
- EU-27 es el principal importador mundial (aprox. 110.000 tns).
- Su consumo podrá verse afectado por la crisis.
- Turquía importa aprox. 35.000 tns al año. Siendo el 3er productor mundial.
- Japón, Korea y México son importantes compradores con una cuota del mercado de alrededor de 20.000 tns cada uno.
- Chile es un importante exportador produciendo aprox. 32.000 tns y exportando más del 90%.
- Turquía ha incursionado en la compra de nuez en Chile, principalmente con Cáscara elevando los precios del mercado.

# Producción mundial nueces (t) principales países



Fuente: FAO, 2008

# Producción mundial nueces 2008 (t)



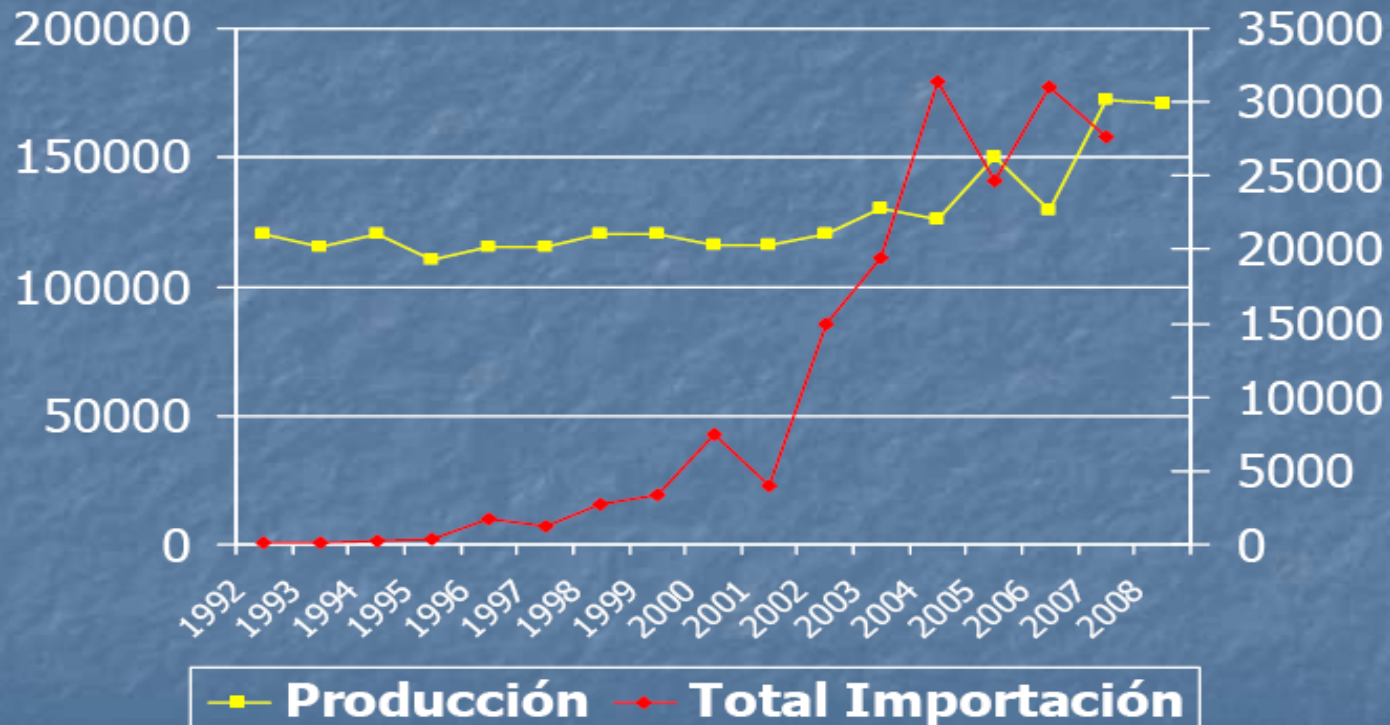
Fuente: FAO

# Producción mundial nueces 2008 (t)

|            |         |                             |        |
|------------|---------|-----------------------------|--------|
| China      | 503.000 | Moldavia                    | 13.742 |
| USA        | 290.000 | Maruecos                    | 12.894 |
| Turquía    | 17.897  | Pakistán                    | 12.722 |
| Irán       | 170.000 | Bielorrusia                 | 12.000 |
| Ucrania    | 79.170  | Georgia                     | 11.800 |
| México     | 69.620  | Polonia                     | 11.577 |
| India      | 37.000  | Argentina                   | 10.000 |
| Francia    | 36.591  | España                      | 10.000 |
| Rumania    | 32.259  | Afganistán                  | 9.660  |
| Egipto     | 27.000  | Republica Checa             | 9.500  |
| Serbia     | 24.405  | Azerbaiyán                  | 8.376  |
| Chile      | 23.000  | Croacia                     | 7.500  |
| Austria    | 19.130  | Kirguistán                  | 5.500  |
| Alemania   | 17.000  | Macedonia (ant. Yugoslavia) | 4.863  |
| Italia     | 17.000  | Bosnia y Herzegovina        | 4.839  |
| Uzbekistán | 15.300  | Nepal                       | 4.521  |
| Grecia     | 15.100  | Portugal                    | 4.100  |

# Turquía : Potencial importador

## Comparación importación - producción (t)

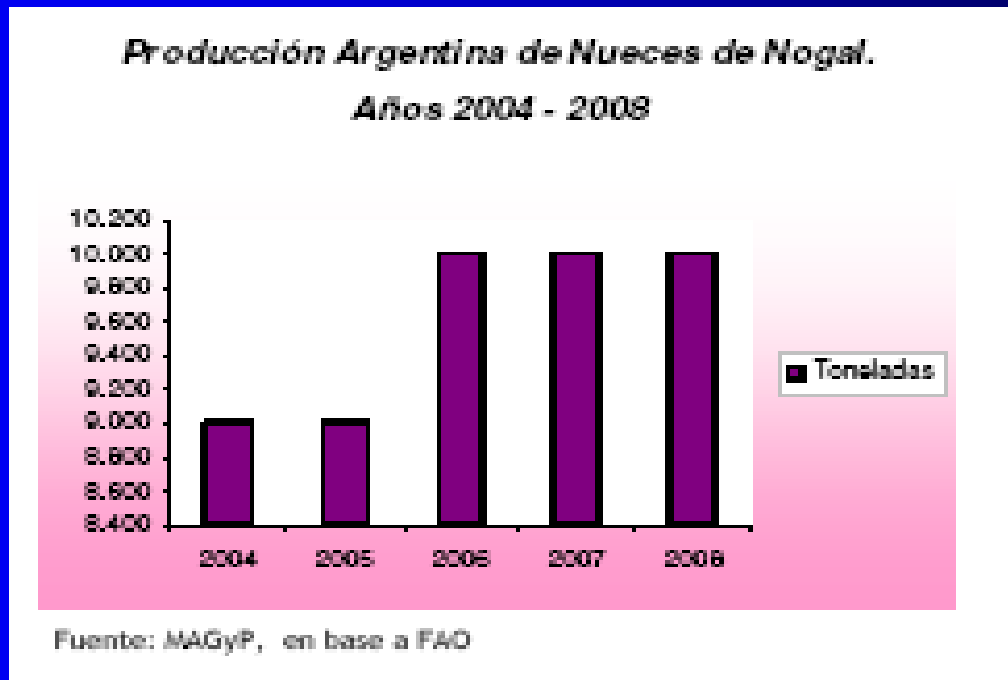


- Importaciones por 35.000 MT.
- Consumo per capita 2.8 Kgs y subiendo.
- Casi no exportan.

- Paga altos precios por nuez importada.
- Busca calibres grandes.

# Situación en Argentina

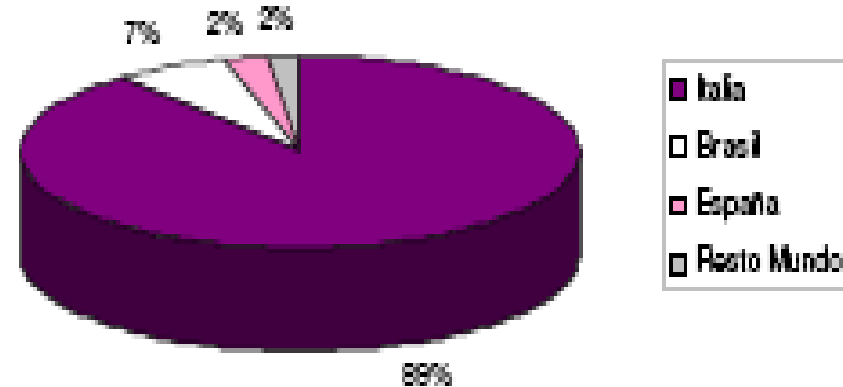
- Se estima que la producción Argentina superó las 10.000 tns en 2010.
- Buen desempeño de las variedades californianas. Heladas afectaron la Criolla.



# Situación en Argentina

- Las exportaciones argentinas llegaron a las 1.021 tns en el 2009 por un valor de U\$S 3.404.000 FOB.
- Este valor es un 32% menor al 2008, aunque el volumen es similar.
- Es importante destacar que la nuez sin cáscara llegó a venderse en el 2008 aproximadamente a U\$S 13/14 x Kg en calidad extra light y light variedad Chandler o similar.
- EL valor para el 2009 fue aproximadamente un 30-35% menor.
- Sin embargo, las ofertas que está haciendo Chile desde que inició su campaña 2010 se acercan o superan los valores marcados en 2008 entendiéndose que las exportaciones argentinas se verían beneficiadas por dicho factor.

*Destino de las Exportaciones Argentinas de Nueces de Nogal. Año 2009*



Fuente: MAGyP, en base a INDEC.



# Situación en Argentina

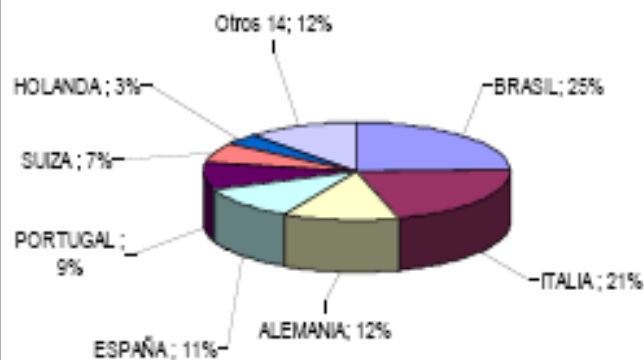
- **El 89% de las expo argentinas estan destinadas a Italia.**
- **Allí competimos con EEUU como se mencionó, Chile, y Francia.**
- **Francia se caracteriza por utilizar AOC como Noix du Perigord o Noix du Grenoble obteniendo mayor valor agregado por kg.**
- **El 90% de las exportaciones Argentinas es con Cáscara.**
- **Sólo 3 mercados componen el 98% del total de las exportaciones.**

# Exportaciones Chile Nuez Sin Cascara

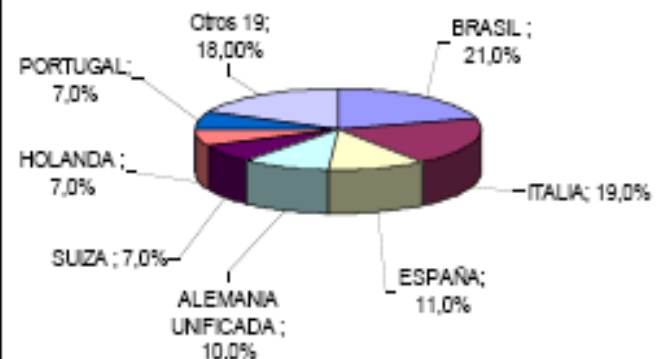
## Distribución por mercado NSC 2008

| Nº | DESCRIPCION PAIS DESTINO | FOB               | %FOB        |
|----|--------------------------|-------------------|-------------|
| 1  | BRASIL                   | 18.343.630        | 20%         |
| 2  | ITALIA                   | 14.623.362        | 16%         |
| 3  | ESPAÑA                   | 12.846.140        | 14%         |
| 4  | ALEMANIA                 | 10.040.129        | 11%         |
| 5  | HOLANDA                  | 6.924.693         | 8%          |
| 6  | PORTUGAL                 | 6.685.151         | 7%          |
| 7  | SUIZA                    | 5.191.412         | 6%          |
| 8  | VENEZUELA                | 4.236.484         | 5%          |
| 9  | AUSTRIA                  | 2.915.724         | 3%          |
| 10 | RUSIA                    | 2.041.942         | 2%          |
| 11 | OTROS 17 PAISES          | 5.932.781         | 7%          |
|    | <b>TOTAL 27 PAISES</b>   | <b>89.781.449</b> | <b>100%</b> |

Distribución por Mercado NSC 2006



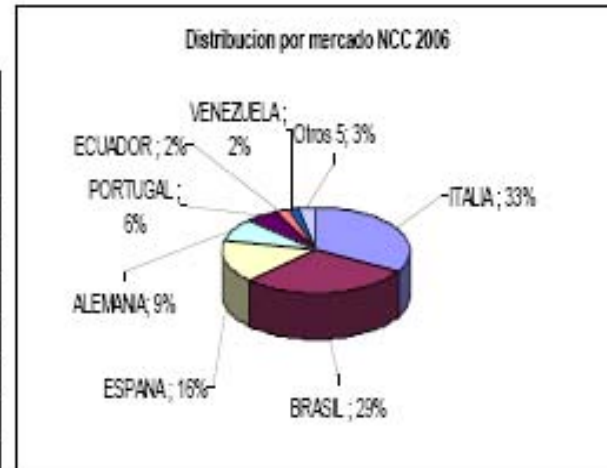
Distribución por Mercados NSC 2007



# Exportaciones Chile Nuez Con Cáscara

## Distribución por mercado NCC 2008

| N° | PAIS DE DESTINO | FOB        | %FOB |
|----|-----------------|------------|------|
| 1  | BRASIL          | 6.582.388  | 22%  |
| 2  | ESPAÑA          | 6.222.291  | 20%  |
| 3  | ITALIA          | 5.937.654  | 20%  |
| 4  | TURQUIA         | 5.916.989  | 19%  |
| 5  | ALEMANIA        | 1.665.596  | 5%   |
| 6  | PORTUGAL        | 1.581.281  | 5%   |
| 7  | VENEZUELA       | 1.052.648  | 3%   |
| 8  | HOLANDA         | 561.268    | 2%   |
| 9  | TOTAL PERU      | 264.674    | 1%   |
| 10 | ECUADOR         | 180.838    | 1%   |
| 11 | URUGUAY         | 178.890    | 1%   |
| 12 | ARGENTINA       | 177.720    | 1%   |
| 13 | LIBANO          | 82.200     | 0%   |
|    | TOTAL           | 30.404.436 | 100% |



# Proyección Potencial Producción Nogalicultura Deptos. Catamarca Elaboración INTA Andalgalá

| Departamento   | Sup. Sector Tradicional (Ha.) | Sup. Emp. Prom. (Ha.) | Proyección Producción (Ton.) 2010 | Proyección Producción (Ton.) 2015 | Proyección Producción (Ton.) 2020 | Sup. Desarrollo futuro (Potencial) (Ha.) | Superficie potencial (Ha.) | Producción potencial (Ton.) | VALOR DE LA PRODUCCIÓN (en \$ a valor de \$6 / Kg.) |
|----------------|-------------------------------|-----------------------|-----------------------------------|-----------------------------------|-----------------------------------|--|----------------------------|-----------------------------|---|
| AMBATO         | 761                           | 700                   | 1811                              | 2313,2                            | 2891,5                            | 300                                      | 1761                       | 3522                        | \$ 21.132.000,00                                    |
| ANDALGALÁ      | 380                           | 0                     | 380                               | 456                               | 570                               | 3000                                     | 3380                       | 6760                        | \$ 40.560.000,00                                    |
| BELÉN          | 1520                          | 0                     | 1520                              | 1824                              | 2280                              | 400                                      | 1920                       | 3840                        | \$ 23.040.000,00                                    |
| POMÁN          | 1050                          | 0                     | 1050                              | 1260                              | 1575                              | 0  | 1050                       | 2100                        | \$ 12.600.000,00                                    |
| PACLÍN         | 136                           | 0                     | 136                               | 163,2                             | 204                               | 100                                      | 236                        | 472                         | \$ 2.832.000,00                                     |
| TINOGASTA      | 70                            | 0                     | 70                                | 84                                | 105                               | 200                                      | 270                        | 540                         | \$ 3.240.000,00                                     |
| SANTA MARÍA    | 505                           | 450                   | 1180                              | 1506                              | 1882,5                            | 400                                      | 1355                       | 2710                        | \$ 16.260.000,00                                    |
| CAPAYÁN        | 545                           | 0                     | 545                               | 654                               | 817,5                             | 100                                      | 645                        | 1290                        | \$ 7.740.000,00                                     |
| ANCASTI        | 27                            | 0                     | 27                                | 32,4                              | 40,5                              | 100                                      | 127                        | 254                         | \$ 1.524.000,00                                     |
| OTROS          | 50                            | 0                     | 50                                | 60                                | 75                                | 100                                      | 150                        | 300                         | \$ 1.800.000,00                                     |
| <b>TOTALES</b> | <b>5044</b>                   | <b>1150</b>           | <b>6769</b>                       | <b>8352,8</b>                     | <b>10441</b>                      | <b>4700</b>                              | <b>10894</b>               | <b>21788</b>                | <b>\$ 130.728.000,00</b>                            |

# Cual es la Estrategia del Sector de la Nuez en Argentina?

- Cuanto va a producir en 2015/2020?. Como va a exportar el producto?.
- Que se requeriría para exportar nuez pelada de alta calidad?.
- Cuanto trabajo aportaría a la Rioja y Catamarca dicha conversión industrial?.
- Cuantos millones de U\$\$ extras entrarían al país y la Provincia al multiplicar x 3 en valor las exportaciones.

**MUCHAS GRACIAS  
POR SU  
AMABLE ATENCIÓN!**