

# CÓMO HACER NEGOCIOS CON ARGENTINA 2016

## 1. RELACIONES BILATERALES CON CHILE

### 1. ACUERDOS Y/O TRATADOS COMERCIALES VIGENTES

A través de los años Chile y Argentina han construido una gran red de relación económica, comercial, política, militar cultural y social. Son socios comerciales por lo que se producen inversiones recíprocas entre ambos países. Un ejemplo del avance en la integración, es la realización de ocho Comités de Integración, donde anualmente participan todas las provincias argentinas, las que están interesadas en el trazado de los Corredores Bioceánicos y en el comercio de los países del Atlántico con el Asia Pacífico, utilizando puertos chilenos. Asimismo, existen 57 mecanismos bilaterales permanentes, que son la estructura que se ocupa de la vinculación nacional chileno argentina.

Hasta la fecha, está en vigencia el ACE 16 (02/08/1991) y el ACE 35 (1/10/1996), aplicando el segundo a todos los países miembros de MERCOSUR y prevalece en lo relativo a acceso de bienes ante el primero, que es de carácter bilateral. Sin embargo, el ACE 16 mantiene su vigencia en las demás áreas reguladas en su texto, tales como normas de pago y crédito; complementación económica, integración física y transporte. Desde la vigencia del ACE 35, cabe destacar el notable crecimiento experimentado por el intercambio comercial entre ambos países.

Asimismo, Chile y Argentina tienen firmados varios Acuerdos y Tratados, en diversas áreas, como lo son:

- “Tratado entre la República de Chile y la República de Argentina sobre Promoción y Protección Recíproca de Inversiones”
- “Tratado entre la República de Chile y la República Argentina sobre Integración y Complementación Minera”
- “Convenio de Pagos y Créditos Recíprocos de la ALADI”.
- El 30 de Octubre de 2009 se firmó el Tratado de Integración de Maipú.

Se destaca la realización de ocho Comités de Integración al año:

Comité de Integración	Región	
	Chile	Argentina
Noa- Norte Grande	I Región de Tarapacá	Provincia de Jujuy
	II Región de Antofagasta	Provincia de Salta
	XV Región de Airica	Provincia de Tucumán
Atacalar	III Región de Atacama	Provincia de Tucuman
		Provincia de La Rioja
		Provincia de Catamarca
		Provincia de Córdoba
		Provincia de Santiago del Estero
Agua Negra	IV Región de Coquimbo	Prov. de San Juan
Cristo Redentor	V Región de Valparaíso	Norte Prov. de Mendoza
Pehuenche	VII Región del Maule	Sur Prov. de Mendoza
		Malargüe
		San Rafael
		General Alvear
Las Leñas	VI Región de O'higgins	Mendoza – Las Leñas
Región de Los Lagos	VIII Región del Bío Bío	Chubut
	IX Región de la Araucanía	Prov. de Neuquén
	XIV Los Rios	Prov. de Río Negro
	X Los Lagos	Bahia Blanca
	XI Región Aisén del General	Prov. de Chubut
Integración Austral	XII Magallanes	Prov. Santa Cruz
		Prov. Tierra del Fuego

Estos Comités de Integración cuentan con una cantidad importante y diversa de Sub Comisiones tales como Infraestructura, Transporte, Temas Migratorios, Turismo, Comercio y Producción – donde participa ProChile activamente – Minería, Académico, Cultural, de Género, etc. Son instancias donde se promueve la integración y donde participan los Intendentes, Gobernadores y una gran cantidad de actores de los sectores público y privado.

## 2. COMERCIO CON CHILE

Principales Exportaciones de Chile hacia la Argentina – Año 2015

N°	Producto	Monto (MM US\$)	%	Var. 2014
1	CATODOS Y SECCIONES DE CATODOS DE COBRE REFINADO.	65,11	7,14	-16,90
2	SALMONES DEL ATLANTICO ENTEROS FRESCO O REFRIGERADO.	28,06	3,08	-3,91
3	CAJAS DE CAMBIO Y SUS PARTES PARA VEHICULOS DE LA PARTIDA 87.03.	24,48	2,68	-15,93
4	BOLAS Y ARTICULOS SIMILARES PARA MOLIENDA DE MINERALES, FORJADAS O ESTAMPADAS PERO SIN TRABAJAR DE OTRO MODO.	23,98	2,63	-14,88
5	LAS DEMAS PALTAS HASS FRESCAS O SECAS.	23,28	2,55	0,71
6	PURES Y JUGOS DE VALOR BRIX SUPERIOR O IGUAL A 30 PERO INFERIOR O IGUAL A 32%.	22,83	2,50	-4,52
7	CARTULINAS.	21,51	2,36	-4,18
8	NITRATO DE AMONIO, INCLUSO EN DISOLUCION ACUOSA.	16,36	1,79	-6,96
9	FILETES FRESCO O REFRIGERADO DE SALMONES DEL ATLANTICO Y SALMONES DEL DANUBIO.	14,96	1,64	32,67
10	NITRATO DE POTASIO.	13,46	1,48	-9,20
Subtotal		254,02	27,86	-8,62
Total		911,64	100	-14,16

Fuente: Webcomex

Principales Importaciones de Chile desde la Argentina – Año 2015

N°	Producto	Monto (MM US\$)	%	Var. 2014
1	PREPARACIONES QUE CONTENGAN MAIZ	151,97	5,69	-6,05
2	CARNE DE BOVINOS DESHUESADA FRESCA O REFRIGERADA	116,89	4,38	-32,50
3	CAMIONETAS CON CAPACIDAD DE CARGA UTIL SUPERIOR A 500 KILOS, PERO INFERIOR O IGUAL A 2000 KILOS.	94,44	3,54	26,98
4	LOS DEMAS ACEITES DE SOYA (SOJA) Y SUS FRACCIONES, INCLUSO REFINADO, PERO SIN MODIFICAR QUIMICAMENTE	93,75	3,51	-15,16
5	LOS DEMAS ALIMENTOS PARA PERROS O GATOS EN BOSLA O SACOS.	84,68	3,17	-2,35
6	HARINAS DE TORTAS.	80,40	3,01	260,31
7	HOJAS Y TIRAS DELGADAS, DE ALUMINIO, CON SOPORTE Y COMPLEJO DE ALUMINIO, IMPRESO, FIJADO SOBRE PAPEL COUCHE Y SOPORTE DE MATERIA PLASTICA.	70,25	2,63	0,32
8	MEZCLAS DE ACEITES VEGETALES, EN BRUTO.	69,06	2,59	-20,27
9	PROPANO LICUADO.	67,18	2,52	-43,30
10	CAL VIVA.	54,78	2,05	1,81
Subtotal		883,41	33,10	-7,77
Total		2.668,55	100	-12,88

Fuente: Webcomex

### 3. RANKING DE CHILE COMO PROVEEDOR A ARGENTINA DE:

Además del cobre en distintas formas (aleaciones, refinado y las demás manufacturas de éste), Chile es el principal proveedor de Argentina de paltas, kiwis, pomelos, frutos secos, hongos, productos de mar - particularmente salmón-, pulpa de fruta, las demás manufacturas de hierro o acero, pasta química de madera de coníferas, papel y pasta de tomates. Destacan también las exportaciones de abonos minerales o químicos nitrogenados, cloruro de potasio y cajas de cambio.

Si bien hasta hace un par de años Chile era el segundo proveedor de carne de cerdo, superado solo por Brasil, estas se encuentran suspendidas hasta nuevo aviso producto del brote de síndrome del PRRS (síndrome respiratorio reproductivo porcino) encontrado en Chile.

### 4. OPORTUNIDADES COMERCIALES PARA PRODUCTOS CHILENOS (POR SECTOR)

Las oportunidades de mercado para Argentina, se deben dividir en las siguientes principales áreas:

#### a. El comercio: Exportaciones hacia Argentina de productos y servicios.

En relación a las oportunidades de mercado para productos y servicios chilenos, el ACE N°35 es sin duda un fuerte impulso al comercio con Argentina, pues este libera de arancel al 100% de los productos chilenos exportados a MERCOSUR. Este elemento es clave pues convierte a Chile en un mercado competitivo y atractivo de nueva oferta de bienes y servicios, dado que las importaciones argentinas provenientes resto del mundo, salvo de MERCOSUR, están gravadas con aranceles más altos.

Con el objetivo de promover y fortalecer el desarrollo de las actividades comerciales, de servicios e inversión entre ambos Estados., comienza a regir desde el 01 de enero de 2017 el Convenio entre Chile y Argentina para eliminar la doble imposición en relación a los impuestos sobre la renta y sobre el patrimonio y para prevenir la evasión y elusión fiscal. Cabe destacar que este se aplica a las personas residentes de uno o de ambos Estados Contratantes<sup>1</sup>.

#### b. La atracción de inversiones argentinas hacia Chile:

Si bien en la coyuntura actual Argentina se vislumbran próximos cambios que son positivos para el sector empresarial, hay factores como la elevada inflación y recorte en subsidios que siguen empujando a los inversionistas a buscar un lugar confiable y estable en donde invertir. Asimismo, estos cambios pueden venir acompañados de incertidumbre para el sector empresarial. En este sentido, se tiene una excelente imagen de Chile como país serio, cumplidor, profesional, con una gran institucionalidad, con tecnología, creatividad y experiencia en consensos por lo que lo hacen una opción muy viable a la hora de buscar dónde invertir.

---

<sup>1</sup> Para acceder al decreto con el convenio completo visite:

<http://www.diariooficial.interior.gob.cl/publicaciones/2016/12/27/41643/01/1156221.pdf>

### c. La Integración Productiva para exportar juntos a terceros mercados.

Argentina y Chile son socios comerciales naturales. Con la red de acuerdos comerciales que cuenta Chile, se abre un abanico de posibilidades en distintos sectores para ambos países. El objetivo de esta integración es trabajar en provincias y regiones las distintas alternativas de integración, evaluando las matrices productivas de cada zona, complementar las producciones intermedias, sumándole valor en Chile y exportar productos finales a los mercados con preferencias arancelarias. Se suman las ventajas competitivas de ambos países: Chile una apertura económica muy importante a nivel mundial, con acceso a los más diversos mercados y una larga experiencia exportadora a través de la Red Externa de ProChile en conjunción con los departamentos sectoriales, regionales y geográficos. También hay una red consular chilena importante en Argentina que sin duda es un gran aporte a la hora de facilitar gestiones y comunicación. Argentina con una gran y diversa capacidad productiva, y sin posibilidad de contar con el acceso a los mercados que tiene Chile. Las Macroruedas Intrarregionales realizadas este 2016 se convertirán sin duda en un gran incentivo en esta materia.

### d. Sectores productivos con mayor potencial para exportar

Entre las industrias más relevantes, tanto por recursos disponibles como por know-how y tecnología de punta, se destaca el sector agropecuario, cuyo valor agregado se da principalmente mediante la producción de alimentos y bebidas. De hecho, más del 35% de las empresas de biotecnología están enfocadas en el rubro del agro. Asimismo, existe un fuerte potencial a nivel país en industrias extractivas como el petróleo y gas y la minería, esta última de fuerte orientación exportadora. Por su parte, la industria automotriz reviste gran importancia debido a que tracciona diversos sectores productores de insumos difundidos, así como también presenta un elevado nivel de empleo y figura entre los principales rubros intercambiados a través del comercio internacional.

#### i. Sector Minero

Los cátodos y secciones de cátodos de cobre refinado siguen siendo por lejos la principal exportación de Chile hacia Argentina con poco más de 65 millones de dólares en 2015, más del doble del segundo producto exportado (salmones del Atlántico enteros frescos o refrigerados). Aún en momentos complejos para la economía Argentina, permanece el interés por los principales destinos exploratorios por su gran riqueza geológica. Sin embargo requiere de mayor seguridad jurídica para terminar de convencer a los inversionistas.

Argentina necesita dólares para levantar su situación económica actual y en este sentido el agro y la minería son los sectores que los aportan fuertemente. La eliminación de las retenciones a las exportaciones, de las restricciones al giro de divisas y el sinceramiento del dólar son importantes avances para el desarrollo de estos sectores y la atracción de inversiones a estos.

La vasta experiencia de Chile en el sector minero es muy reconocida, y en este sentido la exportación de servicios mineros es una tremenda oportunidad en el mercado minero argentino.

#### ii. Petróleo y Gas

En cuanto a las industrias extractivas, Argentina se caracteriza por un fuerte desarrollo de la cadena de

petróleo y gas, rubro en el que han incursionado diversas empresas tanto de capitales locales como internacionales. Si bien la producción de hidrocarburos se encuentra en una marcada tendencia bajista desde inicios de la década del 2000, la industria atraviesa un período de redefinición con el objetivo de retornar a la autosuficiencia energética. Las reservas probadas de petróleo y gas no convencional, que se ubican entre las más grandes del mundo, dan cuenta de un fuerte potencial para el desarrollo de toda la actividad perforadora y de los encadenamientos hacia adelante que la misma genera en todo el entramado industrial. El mayor impulso está dado por YPF, quienes están enfocados en la investigación del mega yacimiento Vaca Muerta. Al ser una industria tan grande, hay oportunidades para insumos.

### iii. Sector Agrícola

#### Bienes agrícolas y alimentos procesados

La demanda de importaciones en este rubro apunta a productos diferenciados y a productos que no tengan producción local o no alcance su producción para abastecer la demanda interna.

#### Productos con potencial:

- Preparaciones a base de extractos, esencias o concentrados
- Pulpa de frutas y hortalizas.
- Camarones y langostinos
- Jurel en conserva
- Palta
- Salmón
- Frutos secos
- Carne de cerdo. (una vez que se normalice la importación, que hoy se encuentra paralizada por el tema de PRRS)

Argentina se posiciona como uno de los principales proveedores de granos. El futuro incremento de productividad presenta una fuerte oportunidad para los agroquímicos utilizados en esta industria.

### iv. Sector Químico

Para algunos de los productos mencionados existe cierta producción local (metilato de sodio, Fungicidas e Insecticidas) pero una importante parte del Market Share pertenece a los importados.

#### Productos con potencial

- polímeros acrílicos en formas primarias (específicamente poliacrilato de sodio)
- aglutinantes (metilato de sodio en metanol)
- Ortoftalatos de dioctilo
- Fungicidas a base de mancozeb
- Insecticidas a base de disulfotón
- Nitrato de amonio, incluso en disolución acuosa

- Nitrato de potasio

#### v. Autopartes

Se caracteriza por una producción internacionalizada, con la presencia de 11 terminales en el país, de las cuáles todas menos una producen vehículos. El sector tiene un fuerte componente de autopartes importadas, donde incluso Chile tuvo como tercer producto más exportado en 2015 las cajas de cambio y sus partes para vehículos de la partida 87.03. Su importancia radica tanto en la creación de empleo local como en la tracción que ejerce sobre diversas industrias proveedoras de insumos, entre las que se destacan las metálicas básicas.

#### vi. Sector turismo

En 2015 ingresaron a territorio chileno 1.946.876 turistas argentinos. Esto se traduce en un alza de 47% respecto de 2014, lo que sin duda son frutos cosechados en parte de la gran actividad de promoción (marketing de destino) realizada en conjunto con SERNATUR y Turismo Chile (presentación destino, lanzamiento temporada, agendas de negocios).

Si bien Chile ha sido durante los últimos años el 2° destino de los turistas argentinos, la coyuntura económica ha contribuido de una manera importante al incremento de turistas, convirtiendo a Chile en un mercado muy atractivo, especialmente por la variedad y conveniencia del comercio local. En este sentido, el desafío para Chile está en potenciar las cualidades y atributos de nuestra vasta oferta turística, de tal manera que el dinamismo del turismo no dependa en demasía de la economía y del comercio local.

## 2. PROCESO DE IMPORTACIÓN

El 23 de Diciembre de 2015 entra en vigencia el **Sistema Integral de Monitoreo de Importaciones (SIMI)**. Este es un mecanismo simple de licencias automáticas y no automáticas, que reemplaza al anterior sistema de Declaraciones Juradas Anticipadas a las Importaciones (DJAI). Las licencias automáticas se componen mayormente de alimentos y productos que no tienen producción local, mientras que las licencias no automáticas tienen un plazo de vigencia de 180 días.

**Registro de Operaciones de Importación ROI.** Todos los importadores de carne porcina en el mercado argentino deben registrarse. Se aplica para determinadas posiciones arancelarias de la Nomenclatura Común del MERCOSUR (NCM), especificadas en el Anexo I de la Resolución N° 119/2007 (MEyP).

**Operaciones de exportación que triangulen:** Resolución General 3577/2014. Establece un régimen de percepción en el impuesto a las ganancias aplicable a las operaciones de exportación definitiva para consumo, donde se verifique que los países de destino físico de la mercadería difieren de los países o jurisdicciones donde se encuentran domiciliados los sujetos del exterior a quienes se les facturaron dichas

operaciones de exportación. Las compañías que vendan la producción en un país, pero que las divisas sean giradas desde otra Nación, tendrán que pagar una alícuota del 0,5% del valor FOB de la producción si el dinero viene de un país que comparte información tributaria con Argentina. Si las divisas salen de uno que no integra la lista de 108 países cooperantes, la retención a cuenta de Ganancias será del 2%.

**Restricción para compras por internet:** Para poder ingresar por este régimen la encomienda a importarse no debe superar el peso de 20 kg. De superar este peso, y hasta alcanzar los 50 kg., podrá ser importado por el Régimen de Courier.

- Se despachan con exención de tributos a la importación las encomiendas que no superen los 25 US\$. Esta exención es por persona y una vez al año.
- Si el envío posee un valor de 25 US\$ hasta 999 US\$, corresponde abonar el 50% en concepto de Derechos a la Importación sobre el valor de la encomienda, deducida la franquicia.
- Si el valor fuera mayor a US\$ 999, se aplica el Régimen General de Importación, o bien, si el valor es hasta US\$ 3.000 puede ser importado por el servicio Puerta a Puerta (SMS), abonando un tributo único que se describe en el apartado siguiente.

## 1. ARANCELES DE IMPORTACIÓN

Los Acuerdos Comerciales que tiene firmados Argentina son Argentina- México ACE 6; Mercosur-Chile ACE 35; Mercosur-Bolivia ACE 36; Acuerdo Marco Mercosur-México ACE 54; Mercosur- México (Sector Automotor) ACE 55; Acuerdo Marco MERCOSUR-Comunidad Andina ACE 56; Mercosur Perú ACE 58; Mercosur-Comunidad Andina ACE 59; Mercosur- India; Mercosur- Cuba ACE 62; Mercosur- Israel; Mercosur - Consejo de Cooperación del Golfo (CCG); Mercosur- Egipto; Mercosur- Turquía; Mercosur- Jordania; Mercosur - SACU.

Es decir que con estos países tiene ventajas arancelarias, entre los que se incluye Chile, con el resto del mundo paga aranceles bastante altos.

El arancel con Chile es cero en un 100% de los productos por el ACE 35 donde se negociaron preferencias arancelarias con MERCOSUR.

## 2. NORMATIVAS

El **Sistema Integral de Monitoreo de Importaciones** es el mecanismo de licencias automáticas y no automáticas para la importación de bienes y servicios. Alrededor de 1.400 posiciones arancelarias a 8 dígitos del NCM (Nomenclador Común del MERCOSUR) se encuentran dentro de la categoría de licencias no automáticas.

La Resolución General 3276/2012 de AFIP, incorpora al Régimen “Ventanilla Única Electrónica del Comercio Exterior” la información correspondiente a las prestaciones de servicios efectuadas por sujetos del exterior a prestatarios residentes en el país y por prestadores residentes en el país a prestatarios del exterior. Se implementará a partir del 1 de abril de 2012.

La Resolución GENERAL 3417/2012 de AFIP incorpora a la "Ventanilla Única Electrónica del Comercio Exterior" la información correspondiente a los pagos que los sujetos residentes en el país realicen al exterior relacionados con el régimen de courier, con deudas financieras originadas en compras de mercancías no ingresadas al país y vendidas a terceros países, y con rentas financieras, entre otras.

La Resolución Nº 9/2012 de la Secretaría de Industria establece la creación del Registro Nacional de Bienes de Capital no producidos. Aquellos bienes que cumpliendo con los requisitos establecidos sean incluidos en este registro, podrán importarse con un arancel del 2%.

### 3. CERTIFICACIONES

Se exigen, como en todos los países, certificaciones para productos eléctricos, industriales, medio ambientales, libre circulación para alimentos, certificaciones del SENASA cuando son a granel.

### 4. ETIQUETADOS

Los textiles necesitan etiquetados, los alimentos envasados, las frutas, etc. y las normas de etiquetado varían según el producto.

### 5. TRÁMITES ADUANEROS

Se requiere un despachante de aduana, que según como sea el negocio, lo contrata el importador o el exportador – en este caso chileno - y en el caso de las Licencias Previas no Automáticas, se requiere que el importador argentino se inscriba en la Secretaría de Industria como tal.

## 3. CLAVES PARA HACER NEGOCIOS

### 1. CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO

La República Argentina consta de 23 provincias y la Capital Federal (Ciudad Autónoma de Buenos Aires). A su vez, cada una de las provincias se sub divide en departamentos o partidos que conforman la división política secundaria de todo territorio argentino.

La Provincia de Buenos Aires tiene 15.594.428 habitantes. Su capital es la ciudad de La Plata y es la Provincia con mayor densidad de Argentina. Luego destacan las Provincias de Córdoba (3.304.825 hab.) y Santa Fe (3.300.736 hab.), donde la primera destaca por su polo industrial y la segunda por su puerto y

actividad agraria. La Provincia de Mendoza (1.741.610 hab.) es reconocida por su consolidada industria vitivinícola. Neuquén, con sus 550.344 habitantes, es considerada la capital de la Patagonia. Este importante centro comercial y económico ha visto su desarrollo a través de la exploración y desarrollo de reservas petrolíferas.

Chile comparte frontera con 11 provincias argentinas: Catamarca, Chubut, Jujuy, Mendoza, La Rioja, San Juan, Neuquén, Salta, Santa Cruz, Tierra del Fuego, Rio Negro. Las mismas representan el 50.5% del territorio argentino (excluyendo la Antártida y las islas del Atlántico Sur) y en conjunto tienen 6.9 millones de habitantes.

Argentina cuenta con el beneficio de tener en la ciudad de Buenos Aires el Puerto de Buenos Aires, lo que facilita la actividad productiva e industrial del país.

Todas las ciudades tienen diferentes tipos de consumidores y sectores de trabajo diferentes, por lo que se puede lograr una diferenciación del producto o servicio de mejor manera.

El norte argentino, es el que tiene mayor potencial para utilizar nuestros puertos, la minería y el sector forestal. Por otra parte el centro, es por donde atraviesa la mayor parte del comercio, a través del Paso Los Libertadores.

En Argentina la estrategia comercial se basa principalmente en la competencia en precios. En otras ocasiones se debe utilizar la diferenciación de producto mediante la exclusividad u otorgar servicios adicionales que otorguen un mayor valor al producto o servicio y de esta manera competir en el mercado de una mejor forma.

Los canales de distribución, por ejemplo para el sector agro alimentario, se concentran básicamente en las cadenas de hiper/supermercados, con un nuevo fenómeno que es el supermercadismo chino. Estos son supermercados pequeños de dueños orientales que se asocian para poder comprar al por mayor y así competir con las grandes cadenas. Ellos compran y venden al contado y es un nicho para trabajar.

## **2. CARACTERÍSTICAS DEL CONSUMIDOR**

El consumidor de Argentina se caracteriza por ser exigente con lo que consume, tiene una gran clase media que exige calidad tanto en alimentos como, vestuario y línea blanca.

Los consumidores argentinos privilegian calidad y precio. En cuanto a alimentos se privilegia el precio, más en la situación actual de alta inflación donde los precios suben mes a mes. El consumidor argentino no tiene muchos problemas en buscar una alternativa a su consumo habitual si este sube mucho de precio (caso de la carne, que al aumentar mucho su precio provocó un aumento considerable en el consumo de pollo y porcino).

Es un mercado demandante de tecnología, calidad y buen diseño.

## **3. CARACTERÍSTICAS DEL EMPRESARIO**

El empresario argentino es formal y tiene poco tiempo, solo otorga reuniones de negocios cuando le interesa verdaderamente un producto o servicio. Por esto hay que enfocarse en el concepto “menos es más”: ofrecerles los productos y oferta exportable de lo que de verdad pueda serles útil.

#### 4. ESTRATEGIAS DE NEGOCIACIÓN

Se debe ser muy claro con los precios, plazos y las condiciones. Esto le brinda seguridad al empresario argentino y desde ya protege al empresario chileno, otorgándole además seriedad al negocio. Es clave mostrar el punto de diferenciación del producto versus la competencia y resaltar este último a la hora de negociar.

#### 5. ESTRATEGIAS PARA ENTRAR AL MERCADO

Se debe mostrar la seriedad del empresario chileno, que se cumple con los compromisos, la calidad de los productos y que se está interesado en hacer negocios en Argentina. En este sentido Chile tiene una imagen muy positiva.

Asimismo, trabajar con la Oficina Comercial siempre facilita la obtención de contactos, entrevistas y la resolución de problemas. Contar con el apoyo de la oficina comercial a la hora de hacer el contacto hace la diferencia, pues entregamos un mensaje de seguridad al potencial importador en el sentido de que como oficina avalamos a la empresa chilena.

La posibilidad de importar se endurecerá o flexibilizará de acuerdo al tamaño de operador, el resultado de su balanza y el tipo de producto que comercializa.

#### 6. NORMAS DE PROTOCOLO EN REUNIONES DE NEGOCIOS

Por lo general, las reuniones siempre comienzan con una conversación distinta al tema en cuestión, ya sea hablar de política, fútbol, etc. De esta forma se podrá entrar más en confianza y entrar en un ambiente de conversación más relajado.

Los empresarios argentinos son puntuales y cumplen cuando otorgan una reunión.

## 4. INFORMACIÓN ADICIONAL

### 1. ORGANISMOS RELEVANTES

- INAL – [www.inal.gov.ar](http://www.inal.gov.ar)

- SENASA – <http://www.senasa.gov.ar>
- INASE - <http://www.inase.gov.ar>
- SECRETARIA DE INDUSTRIA – <http://www.industria.gov.ar>
- AFIP - <http://www.afip.gov.ar>
- ADUANA - <http://www.aduana.gov.ar>

## 2. FERIAS COMERCIALES INTERNACIONALES A REALIZARSE EN EL MERCADO

- EXPOAGRO - <http://www.expoagro.com.ar>
- FERIA INTERNACIONAL DE LIBRO EN BUENOS AIRES - <http://www.el-libro.org.ar>
- ARMINERA - <http://www.arminera.com.ar>
- MERCOLÁCTEA - <http://www.mercolactea.com.ar>
- FERIA PURO DISEÑO - <http://www.feriapurodiseno.com.ar>
- ARTEBA - [www.arteba.com](http://www.arteba.com)
- BIEL, LIGTH + BUILDING - <http://www.biel.com.ar>
- FERIA INTERNACIONAL DE TURISMO - <http://www.fit.org.ar>
- FERIA INTERNACIONAL DE LA MADERA Y TECNOLOGÍA - <http://feria.fitecma.com.ar>
- SAN JUAN FACTOR DE DESARROLLO DE LA MINERÍA ARGENTINA - [www.panoramaminero.com.ar](http://www.panoramaminero.com.ar)
- EXPOSICIÓN DE GANADERÍA, AGRICULTURA E INDUSTRIA INTERNACIONAL - <http://www.exposicionrural.com.ar>
- EXPO LOGISTI-K - [www.expologisti-k.com.ar](http://www.expologisti-k.com.ar)
- EXPOSICIÓN DEL ENVASE Y EL EMBALAJE - [www.envase.org](http://www.envase.org)
- BAFICI , Festival Internacional de Cine – [www.bafici.gov.ar](http://www.bafici.gov.ar)