

Ministerio de Relaciones Exteriores y Culto

GUIA DE NEGOCIOS DE LOS ESTADOS UNIDOS

INDICE

1.	Asp	ectos generales y servicios al exportador argentino ofrecidos por las kepresentaciones	Generales . 1
2.	Pan	orama Económico de los Estados Unidos	6
3.	Car	acterísticas del Mercado	8
4.	Rég	imen de Política Comercial y de Inversiones	10
	A)	Administración Económica y Política Comercial	10
	B)	Balanza Comercial de Estados Unidos con el mundo	16
	C)	Intercambio comercial de bienes y servicios de Argentina-Estados Unidos	20
	D)	Inversiones Extranjeras Directas	25
5.	Rég	imen de Importación	33
	A)	Requisitos Generales de Acceso	33
	B)	Impuestos de importación y otras cargas impositivas	34
	C)	Régimen especial de importación "Sistema Generalizado de Preferencias"	34
	D)	Productos sujetos a cupos y productos sujetos a medidas de defensa comercial	34
	E)	Regímenes aduaneros especiales	36
	F)	Requisitos técnicos y certificados	37
	G)	Canales De Distribución	38
	H)	Impuestos	40
6.	Esta	ablecimiento en el Mercado	43
7.	Guí	a de Negocios Embajada Argentina en DC	44
8.	Guí	a de Negocios Consulado General y Centro de Promoción en Nueva York	58
9.	Guí	a de Negocios Consulado General en Atlanta	67
10.	G	Guía de Negocios Consulado General y Centro de Promoción en Miami	87
11.	G	Guía de Negocios Consulado General y Centro de Promoción en Los Angeles	105
12.	G	Guía de Negocios Consulado General en Chicago	129
13.	G	Guía de Negocios Consulado General en Houston	167

1. Aspectos generales y servicios al exportador argentino ofrecidos por las Representaciones Generales

Características

Superficie total de 9,6 millones de Km2.

Población total de 339.091.337 (Dec.2019)

Situado en el Hemisferio Norte, con frontera al norte con Canadá y al sur con México.

Población de los cinco esta	dos más poblados (2019)
California	39.250.017
Texas	27.862.596
Florida	20.612.439
Nueva York	19.745.289
Illinois	12.801.539

Principales Puertos

Los Ángeles, CA

Long Beach, CA

New York y New Jersey, NY

Savannah y Brunswick, GA

Seattle, WA

Principales Aeropuertos Internacionales
Hartsfield-Jackson Atlanta International, GA
Los Ángeles International, CA
O'Hare International, IL
Dallas/Fort Worth International, TX
Denver International, CO

Marco Jurídico y División Política

- Estados Unidos es una república federal dividida políticamente en 50 estados. Puerto Rico, Samoa, Guam y las Islas Vírgenes son territorios asociados. El poder y la autoridad residen formalmente en el pueblo según lo establece la Constitución adoptada en 1787, once años después de la Declaración de la Independencia, y en vigencia desde el 4 de mayo de 1789.
- El gobierno federal y los gobiernos de cada estado se dividen, para su ejercicio, en tres poderes: ejecutivo, legislativo y judicial.
- El poder ejecutivo lo detenta la figura del gobernador, que constituye la más alta autoridad en cada estado. En la actualidad (2019), de los 50 gobernadores, 23 son demócratas y 27 republicanos. Respecto del poder legislativo, cada uno de los 50 estados, con la excepción de Nebraska, cuyo sistema es unicameral, posee su propio sistema legislativo bicameral.
- Los estados poseen además competencias y atribuciones en aspectos fiscales y de justicia. La mayoría de los estados de EE. UU., elabora y aprueba presupuestos estatales anuales. El proceso de aprobación es similar en la mayoría de los estados, con la preparación de programas de gasto a cargo de cada una de las agencias estatales, que son posteriormente remitidos al Departamento de Presupuestos y Planificación.
- Las competencias en materia fiscal y legislativa tienen un gran impacto en la manera en cómo se realizan los negocios en cada Estado. A modo de ejemplo, en lo que respecta a la industria del vino, hay Estados donde la importación, distribución y venta es controlada por el gobierno estatal mientras que en otros Estados es un negocio privado. Divergencias también surgen en las

normas de protección de datos personales, requisitos específicos para uso de comunicaciones satelitales, entre otros.

Regiones



La Oficina del Censo de los Estados Unidos define cuatro regiones estadísticas, con nueve divisiones. La división regional de la Oficina del Censo es ampliamente utilizada para la recolección y análisis de datos.

Noreste

- División 1: Nueva Inglaterra (Connecticut, Maine, Massachusetts, New Hampshire, Rhode Island y Vermont)
- División 2: Mid-Atlantic o Antlántico Norte (Nueva Jersey, Nueva York y Pennsylvania)

Medio Oeste

- División 3: East North Central (Illinois, Indiana, Michigan, Ohio y Wisconsin)
- División 4: West North Central (Iowa, Kansas, Minnesota, Missouri, Nebraska, Dakota del Norte y Dakota del Sur)

Sur

- División 5: Atlántico Sur (Delaware, Florida, Georgia, Maryland, Carolina del Norte, Carolina del Sur, Virginia, Distrito de Columbia y Virginia Occidental)
- División 6: East South Central (Alabama, Kentucky, Mississippi y Tennessee)
- División 7: West South Central (Arkansas, Louisiana, Oklahoma y Texas)

Oeste

- División 8: Montaña (Arizona, Colorado, Idaho, Montana, Nevada, Nuevo México, Utah y Wyoming)
- División 9: Pacífico (Alaska, California, Hawaii, Oregon y Washington)

Puerto Rico y otros territorios de los Estados Unidos no forman parte de ninguna región o división censales.

Tomando en consideración la mencionada división territorial, se detalla a continuación las competencias jurisdiccionales que cada Consulado General y la Embajada:

Embajada: Washington DC, Maryland, Virginia, West Virginia, Delaware, North Carolina, Pennsylvania.

Consulado en Atlanta: Estados de Alabama, Carolina del Sur, Georgia, Kentucky, Mississippi y Tennessee.

Consulado en Chicago: Illinois, Indiana, Iowa, Kansas, Michigan, Minnesota, Missouri, Nebraska, North y South Dakota, Ohio y Wisconsin

Consulado en Houston: Texas, Nuevo México, Colorado, Arkansas, Oklahoma, Luisiana

Consulado y Centro de Promoción en Los Ángeles: Alaska, Arizona, California, Idaho, Montana, Nevada, Oregon, Utah, Washington, Wyoming, Hawái e Islas del Pacífico

Consulado y Centro de Promoción en Miami: Estado de Florida, E.L. Asociado de Puerto Rico, Bahamas, Islas Vírgenes Estadounidenses.

Consulado y Centro de Promoción en New York: Nueva York, Connecticut, Nueva Jersey, Maine, Rhode Island, Nueva Hampshire, Massachusetts, Vermont.

Dependiendo de dónde se quiera exportar un determinado producto o servicio, o donde desea instalar su negocio o tener una presencia comercial, debe dirigirse a la Representación General con jurisdicción correspondiente.

Las tareas de promoción comercial llevadas adelante por la Embajada y los Consulados argentinos incluyen distintos servicios al exportador u hombre de negocios, con el objetivo de incrementar y diversificar las exportaciones argentinas a los Estados Unidos y de atraer inversiones productivas hacia nuestro país.

Entre sus servicios, los cuales buscan como objetivo general la promoción de la oferta argentina de servicios y productos en el mercado estadounidense y las oportunidades de inversión en proyectos productivos sectoriales, se destacan:

- Confección de agendas de negocios.
- Prestar servicios de información comercial como por ejemplo informes de mercado y listados de importadores del producto o servicios con datos de contacto comerciales.
- Asistencia en las ferias comerciales y eventos internacionales.
- Asistencia y acompañamiento a las empresas en las misiones comerciales y de negocios.
- Identificación de oportunidades comerciales y de negocios.
- Difusión de oportunidades de inversión en proyectos productivos sectoriales.
- Difusión de Rondas de Negocios y misiones comerciales inversas.
- Promoción del turismo receptivo hacia la Argentina mediante capacitaciones y eventos de promoción.
- Apoyo a los proyectos de internacionalización de empresas argentinas mediante la confección de información comercial relevante para la toma de decisión de las empresas.
- Brindar información estadística sobre intercambio comercial bilateral y por jurisdicción.

Asimismo, en esta guía podrá encontrar información comercial de interés para cada jurisdicción cubierta por las Representaciones Generales, así como los datos de contacto para solicitar asesoramiento específico.

2. Panorama Económico de los Estados Unidos

El año 2018 fue de crecimiento económico. Después de crecer aproximadamente un 2,0% durante los cuatro trimestres de 2015 y 2016, el crecimiento económico aumentó a un 2,5% durante 2017, y luego volvió a repuntar, a un 3,2% durante los tres primeros trimestres de 2018. En el cuarto trimestre de 2018, el PIB real aumentó 2,2%. El incremento anual de 2018 fue de 2,9%.

El PIB actual en dólares aumentó 5,2%, o US\$ 1,01 billones, en 2018 a un nivel de \$ 20,49 billones, en comparación con un aumento de 4,2%, o US\$ 778.200 millones, en 2017.

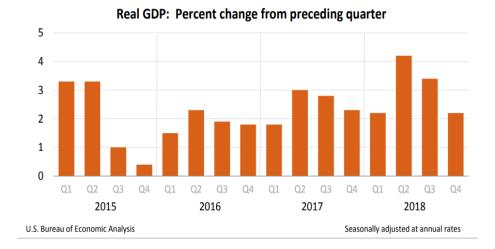
El aumento en el PIB real en 2018 reflejó principalmente las contribuciones positivas del consumo, la inversión fija no residencial, las exportaciones, el gasto del gobierno federal, la inversión de capital privado y el gasto del gobierno estatal y local, que fueron compensados ligeramente por una pequeña contribución negativa de la inversión fija residencial

El ingreso personal real disponible, es decir, el ingreso después de impuestos y ajustado a los cambios en los precios, parece haber aumentado alrededor del 3% a lo largo del año, impulsado por las mejoras continuas en el mercado laboral y la reducción en los impuestos sobre la renta debido a la implementación de la Ley de recortes de Impuestos y de Empleo (TCJA, por sus siglas en inglés).

La renta per cápita en EE. UU. fue de 62.590 dólares en 2018 en dólares corrientes, mientras que en 2017 se situó en los 59.880 dólares. El coeficiente de Gini en Estados Unidos se situó en el 48,2 en 2017, último dato disponible, muy similar al del año anterior. Este registro que se encuentra significativamente por encima del 34,1 de España para ese mismo año (Fuente: US Census Bureau e INE).

El índice de precios aumentó un 2,2% en 2018, comparado con el 1,9% en 2017. El ritmo más lento de la inflación total hacia fines de 2018 en relación con la inflación subyacente reflejó en gran medida la caída de los precios de la energía del consumidor hacia fines de año. Después de alcanzar un máximo de alrededor de US\$ 86 por barril a principios de octubre, el precio del petróleo crudo cayó bruscamente y ha promediado alrededor de US\$ 60 por barril.

Se estima que la medida de inflación de 12 meses que excluye los artículos de alimentos y energía (denominada inflación núcleo), que históricamente ha sido un mejor indicador de dónde estará la inflación general en el futuro, fue del 1,9% en diciembre de 2018, un aumento de ¼ de punto porcentual respecto al año anterior.



La Reserva Federal de Estados Unidos elevó a mediados de diciembre de 2018 las tasas de interés por cuarta vez este año; desoyendo los pedidos del Presidente Trump de no subir la misma. A principios de 2018 la tasa se ubicaba en 1,75% pero desde entonces había sufrido tres incrementos de 25 puntos porcentuales, alcanzando un rango de 2,25% y 2,5%.

Hacia fines de 2018, las perspectivas eran positivas. En su comunicado conjunto el Consejo de la Reserva Federal y el Comité de Mercados Abiertos de la Fed de diciembre de 2018 señalaron que "el mercado laboral ha seguido fortaleciéndose y la actividad económica ha estado aumentando a un ritmo fuerte", y que"el nivel de empleo se ha mantenido elevado". A su vez, se pronosticaba dos alzas de tasas en 2019, por debajo de las tres que habían predicho en septiembre; teniendo en cuenta las proyecciones de crecimiento y de inflación.

Durante los primeros meses de 2019 la tendencia cambió, y luego de las últimas reuniones, la tasa se ha mantenido en el mismo nivel, a pesar de rumores que quizás se decidiría bajarla nuevamente. Estos cambios se basaron en la caída de las perspectivas en relación con el crecimiento y la inflación, y se acentuó la incertidumbre sobre estos indicadores. Las proyecciones sobre el rango de la tasa para el resto del año cayeron.

En este sentido, en el comunicado de la reunión del 19 de junio de 2019 expresaron que «A la luz de estas incertidumbres y presiones inflacionarias, el Comité supervisará de cerca las implicaciones de la información entrante para el panorama económico y actuará según corresponda para sostener la expansión, con un fuerte mercado laboral e inflación cerca de su objetivo simétrico del 2 por ciento.» En definitiva, no se descarta una baja de la tasa de interés a lo largo del año.

3. Características del Mercado

Estados Unidos como mercado el principal país importador del mundo de bienes y servicios, incluso si en los números sumamos a todos los países de la Unión Europea juntos. La participación de los Estados Unidos sobre el total importado mundial según la OMC alcanza el 13,4%, seguido por China con un 10%, Alemania con un 6,5% y Japón con 3,7%.

El market-share de Estados Unidos sobre el total de importaciones del mundo indica el potencial que tiene este mercado de 329,5 millones de personas como destino de las exportaciones argentinas.

Si a esto le sumamos una economía que según el FMI crecerá este año a un 2.3% anual, con una inflación por debajo del 2% y un desempleo inferior al 2%, está más que claro el interés de nuestro país.

Esta demografía, sumado a un alto ingreso per cápita determina ciertos rasgos distintivos de sus importaciones. Estados Unidos, es el principal importador de alimentos del mundo, tomando los datos de base del año 2018 se destaca que el 32% de los vegetales consumidos en dicho año fue importado, el 55% de las frutas consumidas en dicho año son importadas y el 94% de los productos de la pesca consumidos ha sido importado. A eso, debemos sumarle un perfil de consumidor sofisticado y exigente, que atento cubre sus necesidades básicas en materia alimenticia, exige la presencia de ciertas certificaciones a la hora de comprar un producto (certificación orgánica, de sustentabilidad, etc).

Estados Unidos no debe considerarse como un solo mercado al momento de pensar en su acceso, sino que el empresario debe verlo como 50 mercados diferentes, ya que va a encontrar que a nivel estadual existen normas, reglas, requisitos y estrategias que varían de estado a estado.

Existen, por supuesto, normas federales que deben cumplir todos los productos en aspectos sanitarios, fitosanitarios, de empaque, embalaje, etiquetado, entre otros. Por ello, cuando más se obtenga información sobre los requisitos y condiciones de acceso de cada estado, mejores serán los resultados al planificar una estrategia de penetración.

El mercado de Estados Unidos es grande y complejo y su particularidad es que ofrece oportunidades para todos los gustos y presupuestos, por lo que el exportador no solo debe pensar en competir con precios sino con calidad.

Con relación a las principales áreas urbanas, a saber Nueva York, Los Ángeles, Chicago, Dallas, Filadelfia, Miami, Houston, Washington D.C., Atlanta, Boston y San Francisco, se destacan diversos sectores económicos e industriales:

✓ Nueva York: Con 18,8 millones de habitantes, es la más poblada del país. La ciudad es un importante nudo de comunicaciones, centro comercial y de servicios financieros. Se destacan también los sectores como el de los bienes de consumo y la moda.

- ✓ **Los Ángeles**: Con 12,6 millones, sigue en importancia a Nueva York, y la industria audiovisual, de cine y de videojuegos se encuentra en continuo crecimiento. Asimismo, en cuanto al Estado de California, se destaca la industria de productos orgánicos.
- ✓ **Chicago**: Con una población de 8,9 millones de habitantes, posee varias industrias destacadas como la automotriz, la agroindustrial y centro financiero de commodities, la industria de la biotecnología también se encuentra en crecimiento.
- ✓ **Dallas**: Con más de 6,4 millones de habitantes y el área de Houston con 6,2 millones, concentra la mayor parte de la industria petrolífera y petroquímica norteamericana. Asimismo, en los últimos años ha ido creciendo en forma notable la industria de tecnología vinculada software.
- ✓ **Filadelfia**: Con 6 millones habitantes, es un importante centro de servicios como la educación, sanidad, servicios para las empresas y de tecnología.
- ✓ Miami: Con 5,8 millones de habitantes, y gran concentración de población hispana, es uno de los centros de comercio y financieros para América Latina.
- ✓ Área metropolitana de Washington: Con 5,2 millones de habitantes, es el centro político que atrae a un innumerable número de asociaciones empresariales y profesionales, y empresas de asesoría jurídica y relaciones públicas. Además, tiene la sede de algunos de los principales centros de 13 investigaciones del país como el National Institute of Health (NIH), la NASA, etc. A final de 2018 Amazon anunció la elección de Washington, DC para establecer parte de su nueva sede. En concreto estará localizada en el barrio de Crystal City, en Arlington, Virginia, y se prevé la creación de 25.000 nuevos empleos.
- ✓ **Atlanta:** Con 5,3 millones de habitantes, se ha convertido en un nuevo centro industrial y de servicios. Boston, con 4,6 millones de habitantes, es una importante área de investigación científica y tecnológica, con destacados centros universitarios. San Francisco y su entorno, con 4,3 millones de habitantes, cubre Silicon Valley, centro de las nuevas tecnologías, y la mayor zona productora vitivinícola.
- ✓ **Boston**: Con 4,6 millones de habitantes, es una importante área de investigación científica y tecnológica, con destacados centros universitarios.
- ✓ San Francisco: Con 4,3 millones de habitantes, cubre Silicon Valley, centro de las nuevas tecnologías, y la mayor zona productora vitivinícola de EE.UU. Al igual que el resto de California, es una importante zona de actividad agraria.

Estados Unidos es el segundo destino de las exportaciones argentinas, atrás de Brasil. En cuanto a la balanza comercial bilateral, se destaca el déficit estructural registrado por nuestro país con los Estados Unidos, alcanzando el déficit comercial en la balanza de bienes y servicios en el año 2018 los US\$ 11,600 millones.

Corresponde dicho déficit a un balance negativo en el área de bienes de US\$ 5.0001 millones y de USS 6.600 millones en el área de servicios.

Si pensamos en el comercio de bienes, las compras a nuestro país alcanzaron en el último año los US\$ 4,865 millones, destacándose las importaciones de aceites minerales y combustibles derivados del petróleo, aluminio, vinos, jugos no cítricos, mariscos y pescados, miel, frutas frescas, principalmente orgánicas, aceites esenciales y té. Asimismo, nuestro país exporta una gran cantidad de alimentos a dicho mercado que no componen la canasta tradicional de exportaciones de commodities sino que poseen un mayor valor agregado como jugos, vinos, aceites esenciales. No obstante, la demanda de este tipo de productos es tan grande que nuestro market share sobre el total importado es bajo.

Respecto a las importaciones de servicios, las compras se concentran en viajes y turismo, servicios profesionales, servicios de management e investigación y desarrollo, software. En cuanto a los servicios basados en el conocimiento, la Argentina exporta al mundo cerca de US\$ 2.492 millones, de los cuales el 48,6%, es decir cerca de 3.000 millones tienen como destino los Estados Unidos. Entre los sectores preponderantes de exportación se destaca a los servicios profesionales, servicios de software y de servicios audiovisuales. Al respecto es necesario destacar que Argentina se ha convertido en un "hub" de centros de servicios compartidos de grandes compañías, como PWC, Accenture, IBM, SAP, entre otros, pero también se destaca el desarrollo de exportaciones de servicios de software por parte de PyMES. En el sector, durante el año pasado de cada dos empresas con desarrollo exportador, una ha exportado a los Estados Unidos. La presencia de recursos humanos capacitados, con buen manejo del inglés y mismo o cercano huso horario -dependiendo de la zona- hacen al mercado argentino un socio comercial ideal.

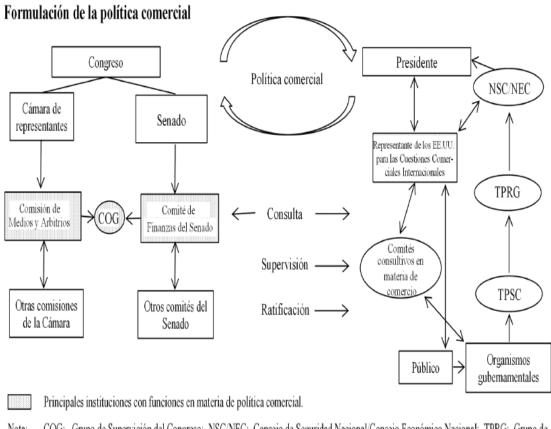
4. Régimen de Política Comercial y de Inversiones

A) Administración Económica y Política Comercial

La Constitución de los Estados Unidos faculta al Congreso para reglamentar el comercio exterior y establecer derechos arancelarios. El poder ejecutivo, bajo la autoridad del Presidente, desempeña también ciertas funciones en materia de política comercial. Entre esas funciones figura la delegación periódica de competencias y la negociación de acuerdos comerciales (trade promotion authority), por ejemplo, mediante un procedimiento acelerado, que entraña intensas consultas, para su eventual aprobación y aplicación por parte del Congreso. Por consiguiente, tanto el

¹ Nótese que los valores empleados por el USITC y el US DOC corresponde a valores de importaciones y exportaciones totales (equivalente a cerca de US\$ 5,000 millones). No obstante, si tomamos las importaciones y exportaciones domésticas, que se asemejan más a la contabilidad empleada por el INDEC, el déficit comercial de Argentina en la balanza comercial de bienes fue en el 2018 de US\$ 3,565 millones

Congreso como el Presidente desempeñan funciones en la política comercial de los Estados Unidos.



Nota: COG: Grupo de Supervición del Congreso; NSC/NEC: Consejo de Seguridad Nacional/Consejo Económico Nacional; TPRG: Grupo de Examen de la Política Comercial; TPSC: Comité Técnico de Política Comercial.

Fuente: Secretaría de la OMC, sobre la base de la información facilitada por las autoridades de los Estados Unidos.

Durante la administración del gobierno de Trump, la política comercial de los Estados Unidos se ha enfocado en la creación de empleo y las exportaciones: eliminar barreras para el acceso a los mercados externos para sus productos, la defensa de los derechos de propiedad intelectual y aplicar las leyes comerciales del país por sobre la normativa internacional. En este sentido, la administración plantea cambios de ciertas reglas a nivel multilateral (Organización Mundial de Comercio), mayores medidas de defensa comercial y la renegociación de los acuerdos comerciales en mejores términos para el país.

Bajo el lema "America First", se han llevado adelante diversas acciones en materia comercial, tales como la guerra comercial con China, las diversas herramientas de defensa comercial (como salvaguardias y dumping, investigaciones de la sección 232 para acero, aluminio y automóviles). Al mismo tiempo, se han renegociado ciertos acuerdos comerciales, como el TCLAN (ahora denominado USMCA) y el acuerdo con Corea del Sur. También ha lanzado negociaciones

comerciales con Japón (con acuerdos denominados "preliminares" que se firmaron en octubre de 2019, la Unión Europea y el Reino Unido).

El 1 de marzo de 2019 el USTR publicó la Agenda de Política Comercial de 2019, y el Informe Anual de 2018. La agenda comercial comienza destacando los hitos en el desarrollo económico desde la asunción del Presidente Trump. Al respecto, se señala que hasta "noviembre de 2018, las exportaciones de bienes y servicios de Estados Unidos aumentaron un siete por ciento respecto al mismo periodo de 2017." También destaca que las importaciones también crecieron, y finaliza señalando que "estos hechos muestran que bajo las políticas de la Administración Trump, el comercio de los Estados Unidos ha crecido significativamente."

Sobre los desafíos para 2019, el informe destaca como principales prioridades la aprobación del Congreso del acuerdo entre los Estados Unidos, México y Canadá, la resolución exitosa de las negociaciones con China, y las negociaciones con la UE, Reino Unido y Japón.

El informe destaca tres puntos principales: que el "Presidente Trump heredó un sistema de comercio global profundamente defectuoso que puso a las empresas y trabajadores de los Estados Unidos en una desventaja injusta, y desalentó la verdadera competencia del mercado"; que se "ha emprendido una importante revisión de las obligaciones comerciales de los Estados Unidos, así como una aplicación mucho más estricta de las leyes comerciales de los Estados Unidos, para crear una economía global más justa y eficiente"; y que se "continuará buscando nuevos acuerdos comerciales, y una aplicación más firme, a lo largo de 2019."

Respecto a la administración Económica, se listan a continuación las principales agencias de gobierno en el ejecutivo y agencias federales con injerencia en la materia:

<u>Gabinete Presidencial</u>: Presidente de los Estados Unidos y vicepresidente de los EE.UU. y presidente del Senado, Michael R. Pence y quince secretarios responsables de sendos Departamentos.

<u>Oficina Ejecutiva del Presidente</u> (Executive Office of the President, EOP): Formado por varias oficinas que asesoran directamente al Presidente. Entre ellas se destaca,

- ✓ **Consejo de Asesores Económicos** (Council of Economic Advisors, CEA): Cumple la función de asesorar al presidente y analizar diversas políticas económicas tanto nacionales como internacionales.
- ✓ Oficina de Gestión y Presupuesto (Office of Management and Budget): Cumple la función de asistir al Presidente en el cumplimiento de sus objetivos políticos, presupuestarios y administrativos.

- ✓ **Consejo de Seguridad Nacional** (National Security Council- NSC): Presidido por el mismo Presidente, esta oficina evalúa las cuestiones de seguridad nacional y de política exterior contando con el apoyo de asesores senior de seguridad nacional y un gabinete de oficiales.
- ✓ Representante Comercial de Estados Unidos (United States Trade Representative –USTR-): Encargado de las negociaciones comerciales bilaterales y multilaterales y de coordinar las políticas de comercio internacional.
- ✓ Oficina de Ciencia y Política Tecnológica (Office of Science and Technology Policy –OSTP-): A cargo de asesoramiento en materias relacionadas con la ciencia, ingeniería y los aspectos tecnológicos de la economía, la seguridad nacional y relaciones internacionales.
- ✓ Consejo de Calidad Medioambiental (Council on Environmental Quality –CEQ-): Oficina a cargo de la coordinación de los esfuerzos federales en materia medioambiental con el resto de las agencias y la Casa Blanca para desarrollar las iniciativas y políticas en este campo.

Departamentos

Son 15 los Departamentos vinculados a la gestión económica:

- ✓ Departamento de Estado: ejecutivo federal responsable de las relaciones internacionales, equivalente a los Ministerios de Asuntos Exteriores de otros países, y forma parte del poder ejecutivo de ese país. (http://www.state.gov).
- ✓ **Departamento del Tesoro** (http://www.treasury.gov): Tiene competencias en fiscalidad, financiación internacional, deuda pública, tesoro, supervisión de instituciones financieras y aduanas.
- ✓ **Departamento de Comercio** (http://www.commerce.gov): Tiene competencias en desarrollo económico y tecnológico, defensa de la competencia, PYMES, turismo y parte de la política comercial exterior (control exportaciones, medidas defensa comercial, promoción exportación).
- ✓ **Departamento de Transporte** (http://www.dot.gov): Las funciones de esta secretaría se centran en el mantenimiento y desarrollo de las infraestructuras.
- ✓ **Departamento de Agricultura** (http://www.usda.gov): A cargo de los programas y los servicios relacionados al desarrollo rural, animales, alimentos, nutrición, recursos naturales, medio ambiente y bosques.

- ✓ **Departamento de Trabajo** (http://www.dol.gov): responsable de las condiciones de trabajo, de los salarios y horarios estándares de los trabajadores, seguros de desempleo, los servicios de reinserción laboral, y algunas estadísticas económicas. Muchos estados estadounidenses cuentan con departamentos de trabajo.
- ✓ **Departamento de Energía** (http://www.energy.gov): responsable de la política energética y de la seguridad nuclear.
- ✓ **Departamento de Sanidad y Servicios Sociales** (http://www.hhs.gov): tiene como función primordial la protección de la salud de todos los estadounidenses y la prestación de servicios sociales esenciales. Su lema es "Mejorar la salud, la seguridad y el bienestar de Estados Unidos".
- ✓ **Departamento de Seguridad Nacional** (Homeland Security. DHS) (http://www.dhs.gov)
 Tiene tres funciones principales: preservar la seguridad nacional, reducir el grado de vulnerabilidad del país y minimizar el daño de posibles ataques o desastres naturales.

Otros organismos dependientes de los *Departamentos* que más relación con el área económica son:

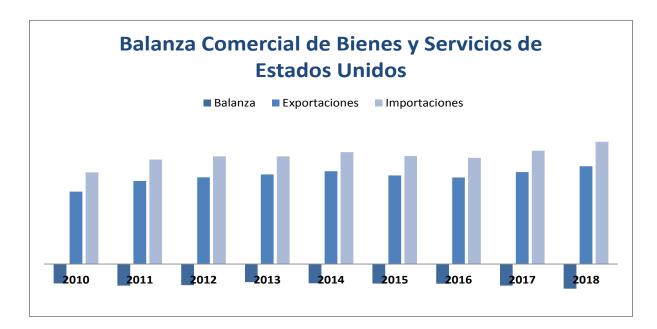
- ✓ International Trade Administration (ITA) (http://www.trade.gov): Promueve el comercio y la inversión y se encarga de la aplicación de las leyes nacionales y acuerdos comerciales.
- ✓ Internal Revenue Service (IRS) (<u>www.irs.gov</u>): Sus funciones son equiparables a las de la Agencia Estatal de Administración Tributaria española. Es una agencia dependiente del Departamento del Tesoro.
- ✓ Food & Drug Administration (FDA) (http://www.fda.gov): Es la institución encargada de proteger la salud pública mediante la regulación de los medicamentos de uso humano y veterinario, vacunas y otros productos biológicos, dispositivos médicos, el abastecimiento de alimentos en nuestro país, los cosméticos, los suplementos dietéticos y los productos que emiten radiaciones. Para ello regula el ingreso de estos productos al mercado estadounidense.
- ✓ **National Institutes of Health** (NIH) (http://www.nih.gov): Dependen del Departamento de Salud y Servicios Sociales. Su función es promover y dedicar fondos a la investigación médica en Estados Unidos.

Agencias federales independientes en áreas económicas

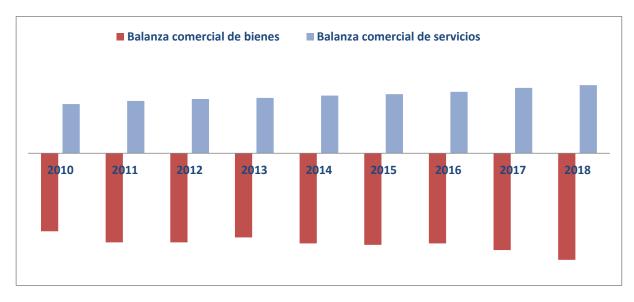
- ✓ Reserva Federal (http://www.federalreserve.gov): Es la entidad responsable de la política monetaria y supervisión bancaria.
- ✓ Overseas Private Investment Corporation (OPIC) (http://www.opic.gov): Facilita productos financieros, como préstamos, garantías, seguro contra el riesgo político o apoyo a fondos de inversión, a los inversores de EE.UU en mercados emergentes. Esta agencia está dirigida por un consejo de 15 miembros, ocho del sector privado y siete del gobierno federal, todos ellos propuestos por el presidente de Estados Unidos y confirmados por el Senado.
- ✓ **Securities and Exchange Commission** (SEC) (http://www.sec.gov): La misión de la SEC es proteger las inversiones y mantener justicia, orden y eficiencia en los mercados, además de facilitar la formación de capital.
- ✓ Environmental Protection Agency (EPA) (<u>www.epa.gov</u>): La misión de la EPA es proteger el medioambiente y administrar las leyes federales que protegen la salud de los ciudadanos.
- ✓ **Small Business Administration** (SBA) (<u>www.sba.gov</u>): es una agencia del gobierno federal de los Estados Unidos que brinda apoyo a empresarios y pequeñas empresas
- ✓ **Comisión Federal de Comunicaciones** (http://www.fcc.gov): Agencia federal independiente controlada por el Congreso que regula el sector de las telecomunicaciones en sus diferentes ámbitos.
- ✓ Federal Energy Regulatory Commission (http://www.ferc.gov): Esta agencia regula la transmisión interestatal de electricidad, gas natural y petróleo. También revisa propuestas para construir terminales de gas natural licuado, los gaseoductos interestatales de gas natural y gestiona las licencias de proyectos hidroeléctricos.
- ✓ **Export-Import Bank** (http://www.exim.gov) Es una agencia de crédito oficial a la exportación, con especial apoyo para las Pequeñas y Medianas Empresas.
- ✓ **U.S. International Trade Commission** (http://www.usitc.gov): Es una agencia federal independiente con responsabilidades en la investigación de asuntos de comercio. Investiga los posibles casos de dumping y de financiación nacional e industrias. También se ocupa del estudio de los casos relacionados con los derechos de propiedad intelectual. Otra de sus funciones es la de recopilar y analizar los datos comerciales e información relacionada con la política comercial.

- ✓ **USAID** (http://www.usaid.gov): Es la agencia estadounidense de cooperación al desarrollo. Su objetivo es la expansión de la democracia y el libre mercado en el mundo.
- ✓ National Aeronautics and Space Administration (NASA) (http://www.nasa.gov): agencia del gobierno estadounidense responsable del programa espacial civil, así como de la investigación aeronáutica y aeroespacial.

B) Balanza Comercial de Estados Unidos con el mundo



Fuente: Bureau of Economic Analysis



Fuente: Bureau of Economic Analysis

En términos de balanza de pagos, el déficit comercial de bienes y servicios de los Estados Unidos pasó de -498.525millones de dólares en 2015 a 627.609 millones de dólares en el año 2018, crecimiento impulsado por un aumento del déficit en la balanza comercial de bienes con el mundo.

En ese sentido, se destaca que mientras la balanza comercial de servicios es superavitaria con el mundo, la balanza comercial de bienes es deficitaria y el mismo alcanzó los -887,337 millones en el año 2018.

Principales socios comerciales

Se detalla a continuación los datos referidos a los principales socios comerciales de los Estados Unidos:

Países con los cuales Estados Unidos posee un superávit comercial (Millones de US\$):

País	2016	2017	2018	Enero-Oct 2018	Enero-Oct 2019
Hong Kong	27,489	32,483	31,024	25,812	22,037
Países Bajos	23,535	23,667	24,199	20,857	17,551
Australia	12,637	14,469	15,186	12,577	11,998
Emiratos Arabes	19,014	15,836	14,510	10,909	12,686
Bélgica	15,088	14,944	14,245	12,091	12,788
Brasil	4,150	7,880	8,456	7,031	9,613
Panamá	5,659	5,847	6,417	5,250	5,969
Singapur	8,983	10,281	6,135	4,915	3,802
Reino Unido	931	2,975	5,530	4,767	4,672
Argentina	3,873	4,817	5,094	4,295	2,730
Chile	4,140	3,082	3,989	2,711	3,973

Fuente: Comisión de Comercio Internacional de los Estados Unidos

Países con los cuales Estados Unidos posee un déficit comercial (Millones de US\$):

País	2016	2017	2018	Enero-Oct 2018	Enero-Oct 2019
China	-346,825	-375,423	-419,527	-344,806	-294,458
México	-63,272	-69,301	-80,658	-66,318	-84,909
Alemania	-64,524	-63,587	-68,096	-56,405	-56,081
Japón	-68,753	-68,833	-67,196	-55,850	-58,742
Irlanda	-35,961	-38,154	-46,729	-38,924	-44,080
Vietnam	-31,987	-38,343	-39,498	-33,303	-46,271
Italia	-28,549	-31,497	-31,946	-26,043	-27,812
Malasia	-24,833	-24,498	-26,344	-21,806	-22,543
India	-24,377	-22,901	-20,846	-18,741	-20,258
Tailandia	-18,983	-20,093	-19,424	-16,315	-16,730
Canada	-10,985	-16,618	-19,056	-16,302	-20,832

Fuente: Comisión de Comercio Internacional de los Estados Unidos

10 Principales Destinos de exportación (Millones de US\$)

País	2016	2017	2018	Enero-octubre 2018	Enero-Octubre 2019
Canadá	221,015	233,922	247,746	209,640	203,990
México	176,692	187,136	203,980	171,399	164,540
China	106,975	119,911	109,580	93,636	77,557
Japón	57,149	61,313	68,714	56,321	56,782
Reino Unido	47,423	47,792	57,238	47,378	50,069
Corea del Sur	39,901	45,211	53,470	43,946	44,157
Alemania	42,548	46,023	49,435	41,439	43,547
Países Bajos	34,489	35,240	42,181	34,766	36,773
Brasil	25,541	31,843	34,162	28,787	30,493
Francia	26,199	28,667	31,038	25,828	26,349

Fuente: Comisión de Comercio Internacional de los Estados Unidos

10 Principales productos de exportación (Millones de US\$)

Producto	2016	2017	2018	Enero-Oct 2018	Enero-Oct 2019
Equipos y partes de aviación civil	109,650	107,365	116,670	94,889	89,166
Aceites de petróleo	9,282	21,407	47,096	38,345	51,943
Fuel Oils livianos	18,545	25,149	27,504	22,800	21,677
Gasolina sin plomo	13,924	18,029	23,991	19,502	17,069
Poroto de Soja	22,637	21,194	16,664	13,703	13,909
Propano Líquido	7,387	12,324	14,489	11,805	10,149
Oro	9,650	11,304	12,242	10,842	9,591
Circuitos electrónicos y procesadores	13,633	12,501	12,021	9,996	11,324
Semiconductores	8,656	12,181	11,955	10,468	7,714
Vehículos para transporte de pasajeros	0	10,805	10,108	8,625	6,388

Fuente: Comisión de Comercio Internacional de los Estados Unidos

10 Principales Orígenes de Importación (Millones de US\$)

País	2016	2017	2018	Enero-Oct 2018	Enero-Oct 2019
China	461,343	503,720	544,464	451,824	385,881
Mexico	292,139	311,729	346,732	289,726	301,101
Canadá	277,577	298,162	319,083	269,203	267,023
Japón	131,495	135,566	143,714	118,307	121,806
Alemania	112,004	115,977	126,536	104,690	106,878
Corea del Sur	71,584	70,780	74,720	61,465	63,310
Reino Unido	53,843	52,987	60,595	49,988	52,504
Irlanda	43,992	49,790	56,705	47,530	49,925
India	46,021	48,644	54,913	46,912	49,601
Italia	44,718	49,910	54,511	45,189	47,226

Fuente: Comisión de Comercio Internacional de los Estados Unidos

10 Principales productos de Importación (Millones de US\$)

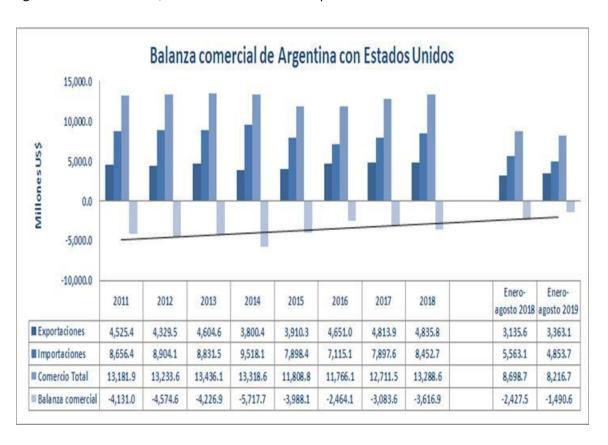
Producto	2016	2017	2018	Enero-Oct 2018	Enero-Oct 2019
Vehículos para en transporte de pasajeros, con motor a					
pistón y cilindrada con capacidad y >1, 500cc pero <=3,	0	105,620	106,478	86,800	89,595
000cc					
Aceites de petróleo y material bituminoso	43,957	62,692	80,970	69,698	57,835
Medicamentos para venta libre	0	53,216	59,968	49,675	55,187
Teléfonos celulares	50,365	55,682	57,785	47,201	45,192
Equipos para recepción, transmisión y reproducción de vpz	45,287	47,348	47,850	40,101	32,116
Aceites de petróleo y material bituminoso	31,048	41,312	46,529	39,597	35,054
Procesador de datos portable	36,385	39,880	41,279	33,634	34,419
Vehículos para el transporte de pasajeros con motos a pistón con capacidad de cilindrada >3, 000cc	0	48,832	40,556	33,268	31,298
Unidades de procesador	19,639	23,457	31,788	26,542	25,851
Destilados y Fuel Oil	15,039	18,435	24,654	20,959	17,515

Fuente: Comisión de Comercio Internacional de los Estados Unidos

C) Intercambio comercial de bienes y servicios de Argentina-Estados Unidos

Argentina mantiene con los Estados Unidos un déficit comercial de carácter estructural, habiendo sido en los últimos ocho años el promedio del déficit comercial los US\$ 3.900 millones. En el año 2018, aún con la restricción de acceso al biodiesel argentino en el mercado estadounidense las ventas se mantuvieron constantes, pero crecieron las compras a los Estados Unidos, resultando en un déficit comercial 17% superior al año anterior (US\$ 3.616 millones en 2018 vs US\$ 3 mil millones en 2017).

En los primeros ocho meses del año 2019, se destaca una reducción significativa del déficit (38,6%) como consecuencia de una reducción en las importaciones argentinas desde Estados Unidos (12,8%) y aumento de las exportaciones (7,3%). En ese sentido, el déficit comercial bilateral pasó de los US\$ 2.427 millones en enero-agosto de 2018 a los US\$ 1.490 millones en mismo período de 2019.



Comercio bilateral: productos

La caída en las ventas de biodiesel al mercado estadounidense fue ampliamente compensada por las exportaciones argentinas de aceites de petróleo, materiales bituminosos, productos destilados y fuel oil, entre otros productos refinados. Las ventas de estos productos superaron los US\$ 1.200 millones en 2018. Los productos de la minería metalífera también han contribuido al sostenimiento de las ventas al mercado, destacándose las ventas de oro y plata. Asimismo, las exportaciones de

acero y aluminio, si bien se han reducido, se han mantenido relativamente estables, viéndose favorecidas por el acceso al mercado con un cupo de importación mientras que terceros países proveedores han visto negado el ingreso al mercado por la actual administración de gobierno. En ese sentido, las ventas argentinas pasaron, aproximadamente de los US\$ 738,9 millones en 2017 a los US\$ 623,9 millones en 2019.

En la categoría de productos primarios y manufacturas de origen agropecuario, los principales productos exportados al mercado son: vinos, aceites esenciales de limón, camarones, miel, jugos cítricos menos de cítricos dulces, té negro fermentado y parcialmente fermentado, arándanos, jugo de uva, maíz amarillo, peras frescas, productos de la pesca (vieiras, merluza), aceite de maní, aceite de oliva, entre otros.

Con relación al vino, se destaca que en los últimos años las ventas del producto argentino han perdido participación dentro del mercado al tiempo que se incrementaron las ventas del producto originario de Francia, España, Italia y Nueva Zelanda. No obstante, a partir del 18 de octubre del corriente, la administración actual colocó aranceles del 25% a las importaciones de referido producto originario de la UE. Aunque aún no se ha visto reflejado en las ventas durante el corriente año, se espera tenga un impacto sobre dicha tendencia decreciente en las ventas del producto argentino. Lo mismo sucede con las ventas de aceite de oliva.

Con relación al uso del Sistema Generalizado de Preferencias Arancelarias, tomando en consideración la categoría de productos que Argentina ya exporta a los Estados Unidos, en el año 2018 la utilización del sistema ha sido de un 55%. En ese sentido, aún resta un mayor trabajo de difusión entre los exportadores argentinos y los importadores locales respecto a los beneficios en la utilización del sistema.

Con respecto a los principales productos en el comercio bilateral, la pauta de exportación argentina al mercado se encuentra más concentrada que la pauta de importación. Al respecto, mientras que los principales 20 productos argentinos exportados representan el 66% sobre el total exportado al mercado estadounidense, en el caso de las compras a Estados Unidos, los principales 20 productos representan un 46% sobre el total importado.

Se detallan los principales 20 productos argentinos exportados y principales productos importados desde Estados Unidos.

Principales exportaciones argentinas- Millones de US\$ (Fuente: USITC)

								% Part.
Producto	2014	2015	2016	2017	2018	Enero- Agosto 2018	Enero- Agosto 2019	Pauta exporta dora
Aceites de petróleo, productos bituminosos y coque	392.7	310.5	129.1	40.1	773.5	513.2	597.9	16%
Destilados y fuel oil	100.8	8.4	8.3	162.9	337.1	195.6	258.6	7%
Aluminio	175.7	198.1	344.5	546.7	444.6	289.3	312.3	9%
Vinos	309.3	309.4	305.2	287.3	270.9	180.4	174.5	6%
Plata	56.6	109.8	84.2	103.6	153.0	79.8	98.8	3%
Oro	47.0	26.8	93.2	54.6	148.4	97.7	107.7	3%
Aceites Esenciales de limón	55.7	114.1	111.5	107.2	119.4	51.6	32.8	2%
Hormona polipéptidas	0.0	16.2	38.8	149.4	118.9	109.7	181.4	2%
Camarones y langostinos	43.3	43.0	66.9	113.8	118.0	73.8	88.8	2%
Miel	145.9	101.2	72.0	86.4	86.1	51.6	51.6	2%
Acero	116.1	145.6	48.8	192.3	179.4	124.7	125.6	4%
Jugos cítricos excepto de cítricos dulces	45.8	68.3	60.5	50.4	73.4	42.4	35.2	2%
Té negro (parcial y totalmente fermentado)	84.3	80.7	72.7	72.9	66.0	44.4	38.6	1%
Arándanos	69.0	65.5	85.4	66.1	51.6	0.1	0.4	1%
Carbonato de litio	15.1	34.2	54.5	47.6	51.6	38.3	27.4	1%
Jugo de uva	78.6	51.8	45.3	35.7	49.3	29.6	39.5	1%
Maíz amarillo	15.2	21.2	31.2	34.2	37.8	22.4	23.4	1%
Vehículos automóviles con motor diesel para transporte de 10 a 15 personas	0.0	0.0	0.0	9.1	35.7	16.9	0.0	1%
Vehículos para transporte de mercancía, chasis con cabina	0.0	0.0	26.3	24.3	35.2	33.7	0.0	1%
Peras frescas	30.3	37.0	25.5	25.0	30.7	30.7	32.9	1%
Subtotal	1,781.4	1,741.7	1,703.6	2,209.7	3,180.8	2,025.7	2,227.2	66%
Resto	2,019	2,169	2,947	2,604	1,655	1,110	1,136	34%
Total Exportaciones argentinas	3,800	3,910	4,651	4,814	4,836	3,136	3,363	100%

<u>Principales productos importados or Argentina desde los Estados Unidos (Fuente USITC)</u>

Como puede verse en siguiente cuadro, en el año 2018 la pauta de importación de nuestro país se vio afectada por la guerra comercial y los aranceles a la importación entre Estados Unidos y China. De ello resultó que el principal producto importado (singularmente no entendido como un grupo de productos) fue el poroto de soja. No obstante, ya durante los primeros ocho meses del año 2019, la importación de dicho producto bajó significativamente, aunque aún se mantiene alta con relación a los años anteriores.

Producto	2014	2015	2016	2017	2018	Enero- Agosto 2018	Enero- Agosto 2019	% Part. Pauta importa dora
Poroto de soja	0.0	0.0	0.0	0.2	702.3	74.9	71.0	8%
Fuel oils	1,859.6	1,488.3	1,082.6	1,017.7	980.7	651.6	702.4	12%
Aeronaves civiles, motores, equipos y partes	1,328.3	1,365.3	996.5	865.7	644.9	407.3	640.8	8%
Combustibles sin plomo	284.0	63.9	74.3	191.9	199.3	152.1	79.7	2%
GNL	0.0	0.0	39.0	75.3	190.0	190.0	198.8	2%
Derivados órgano fosforo	0.0	0.0	0.0	71.0	145.2	83.5	100.7	2%
Carbón bituminoso	49.1	24.8	8.0	88.7	123.0	71.7	38.3	1%
Kerosene del tipo combustible para aviones	73.1	53.3	58.7	32.5	106.4	61.8	88.0	1%
Naftas	35.8	11.9	32.3	52.6	101.7	81.1	119.0	1%
Antineoplásicos, Inmunosupresor es	0.0	0.0	0.0	104.9	99.2	55.7	45.3	1%
Productos inmunológicos en forma de dosis para venta minorista	0.0	0.0	0.0	56.1	95.6	47.5	32.0	1%
Herbicidas para inhibir brotes	132.4	98.6	92.6	112.1	92.8	74.5	65.6	1%
Copolímeros de etileno-alfa- olefina.	0.0	0.0	0.0	51.2	78.7	47.9	41.1	1%
Los demás medicamentos para venta al por menor (Crisarobina)	0.0	0.0	0.0	51.7	62.4	41.7	47.1	1%

Aparatos para la recepción, conversión, emisión y transmisión o regeneración de voz, imagen u otros datos	85.8	65.0	70.3	58.0	53.8	37.9	34.4	1%
Productos químicos	0.0	0.0	0.0	42.0	52.9	39.2	31.2	1%
Aceites lubricantes	17.1	18.6	15.1	30.5	49.7	38.3	22.4	1%
Motores a gas	36.4	35.0	49.0	108.1	47.7	29.2	50.1	1%
Las demás bombas volumétricas alternativas para pozos de petróleo	33.5	40.3	46.6	4.6	46.4	45.5	6.8	1%
Medicamentos anti-infección	0.0	0.0	0.0	48.3	45.3	31.4	20.1	1%
Subtotal	3,935.2	3,264.9	2,564.9	3,063.0	3,918.1	2,262.8	2,435.0	46%
Resto	5,582.9	4,633.5	4,550.2	4,834.5	4,534.6	3,300.2	2,418.7	54%
Total Exportaciones argentinas	9,518.1	7,898.4	7,115.1	7,897.6	8,452.7	5,563.1	4,853.7	100%

Comercio bilateral: servicios

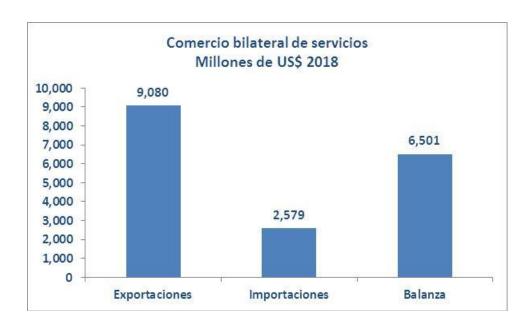
Estados Unidos tiene con Argentina superávit en todas las categorías de servicios.

En el caso de servicios de software e informática, las licencias de reproducción y distribución de software están registradas bajo Cargos de Uso de Propiedad Intelectual (CUPI). Estados Unidos no desagrega por país esta información, pero el Bureau of Economic Analysis informa que en 2017, Estados Unidos era el primer exportador y tercer importador mundial de CUPI (después de Irlanda y Países Bajos).

En el caso de servicios de informática, computación y telecomunicaciones, las ventas argentinas alcanzaron en el 2018 los US\$ 65 millones. Existe una gran diferencia en lo reportado por el BEA y lo reportado por las instituciones de nuestro país en el sector. Según datos de la CESSI, las exportaciones argentinas del sector software a Estados Unidos alcanzan los US\$ 871 millones y según la AAICI las ventas dentro del sector de SBC alcanzan los US\$ 2,9 miles de millones.

Con respecto a inversiones, Estados Unidos es históricamente el país que más invierte en Argentina; y generan empleo 136.000 personas en nuestro país a través de dichas inversiones, según

estimaciones del BEA. En 2018 las inversiones de Estados Unidos en nuestro país totalizaron US\$15.196 millones, un incremento de 1,9% con respecto al año anterior. Por su parte, las inversiones de empresas argentinas en los Estados Unidos fueron de US\$ 900 millones (lo que representa una caída de 11% con respecto a 2017), según datos del BEA.



D) Inversiones Extranjeras Directas

Estados Unidos es el mayor receptor de inversión extranjera directa (IED) en el mundo. El stock de IED en los Estados Unidos en 2018 ascendió a US\$ 4.344 miles de millones. El flujo de IED en los últimos cuatro años ha subido de US\$201 miles de millones en 2014 a US\$ 253 miles de millones en 2018 luego de dos picos en 2015 y 2016 de US\$ 467 miles de millones y US\$ 471 miles de millones respectivamente.

La economía de los Estados Unidos es abierta y tradicionalmente favorable a la inversión extranjera directa, ofreciendo al inversor extranjero un tratamiento nacional. Además, Estados Unidos ofrece el mercado de consumo más grande del mundo con un PIB de US\$ 20 trillones y 325 millones de personas. El gasto de los hogares es el más alto del mundo y representa casi un tercio del consumo mundial de los hogares.

Adicionalmente, Argentina tiene un Tratado de Inversión Bilateral (TBI) con los Estados Unidos, que entró en vigencia el 20 de octubre de 1994. El texto del TBI Argentina-Estados Unidos está disponible en: http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/0-4999/523/norma.htm

El TBI bilateral compromete a ambos países a otorgar siempre un trato justo y equitativo a las

inversiones, y que en ningún caso se les concederá un trato menos favorable que el que exiga el derecho internacional. El mismo señala que "Las inversiones gozarán de entera protección y seguridad. Cada Parte permitirá y tratará las inversiones y sus actividades afines de manera no menos favorable que la que otorga en situaciones similares a las inversiones o actividades afines de sus propios nacionales o sociedades, o a las de los nacionales o sociedades de terceros países, cualquiera sea más favorable, sin perjuicio del derecho de cada Parte a hacer o mantener excepciones que correspondan a algunos de los sectores o materias que figuran en el Protocolo". El Protcolo señala que los Estados Unidos se reservan el derecho a establecer o mantener ciertas excepciones limitadas al trato nacional en los sectores siguientes: transporte aéreo; navegación de alta mar y cabotaje; banca; seguros; energía y producción de energía; despacho de aduanas; propiedades y gestión de estaciones emisoras de servicio público de radio y televisión; propiedad de bienes de raices; propiedad de acciones en la Comunication Satellite Corporation; provisión de servicio público de teléfonos y servicios telegráficos; prestación de servicios de cable submarinos; utilización de terrenos y recursos naturales los Estados Unidos se reservan el derecho de establecer o mantener excepciones limitadas al tratamiento nacional y de nación más favorecida en los sectores siguientes, respecto de los cuales el tratamiento se basará en la reciprocidad: minería de dominio público; servicios marítimos y servicios afines, y corretaje primario de valores del Gobierno de los Estados Unidos.

En términos generales, los Estados Unidos restringen el ingreso en IED en un número limitado de sectores por razones de seguridad nacional como banca, defensa, comunicaciones, transporte aéreo o energía nuclear, y por restricciones originadas por la legislación Exxon-Florio, que otorgan al presidente la facultad de bloquear operaciones de compra de compañías estadounidenses por parte de compañías extranjeras (actualmente el presidente ha delegado la facultad de investigar las inversiones extranjeras en el Committee on Foreign Investment in the United States (CFIUS), un comité compuesto por representantes de varias agencias federales (Tesoro, Justicia, Seguridad Nacional, Comercio, Defensa, Interior, Energía, Ciencia y Tecnología) y dirigido por el Secretario del Tesoro. En cuanto a los países afectados, si bien la legislación original excluía a algunos países, un nuevo programa piloto introducido por el Tesoro en noviembre de 2018, que estará en marcha 18 meses, obliga a informar a todos los países. Este nuevo programa piloto expande la jurisdicción del CFIUS e incluye 27 industrias. Este hecho ha ocasionado que exista cierto temor a que el nuevo CFIUS se convierta en una herramienta más de la política industrial y de proteccionismo comercial.

Restricciones específicas por sectores

Con el fin de facilitar el conocimiento de este tipo de excepciones, los países miembros de la OCDE están obligados a notificar las restricciones que afectan al tratamiento nacional, publicando periódicamente un listado con dichas medidas.

Se puede consultar el listado referido a los Estados Unidos ingresando a: List of measures reported

as exceptions to national treatment: http://www.oecd.org/daf/inv/investment-policy/NTItransparencyENG.pdf, páginas 118-126. Dicho listado incluye medidas adoptadas tanto a nivel federal como a nivel estatal. En todo caso, conviene recordar que existen mecanismos para superar este tipo de restricciones como, por ejemplo, la asociación con una empresa local.

Propiedad inmobiliaria

No hay restricciones a la inversión inmobiliaria por parte de extranjeros. Aunque en algunos casos pueden verse afectados por normas fiscales más duras.

Repatriación de Capital/Control de Cambios

Estados Unidos no aplica, por norma general, control de cambios, y los inversores extranjeros pueden repatriar libremente capitales, préstamos y beneficios. Algunos pagos, como dividendos e intereses, pueden estar sujetos a retención fiscal.

El IRS, la Hacienda federal, persigue las actividades de *money laundering* o blanqueo de dinero que tienen origen en actividades ilegales: https://www.irs.gov/uac/overview-money-laundering. Todas las transacciones al contado de más de 10.000 dólares deben notificarse al IRS, la Hacienda federal. Las personas que entren o salgan del país con más de 10.000 dólares en efectivo, ya sea en dólares o en moneda extranjera, deben efectuar una declaración ante Aduanas al respecto, en el punto de entrada o salida.

Listado de principales orígenes de IED en los Estados Unidos

Largest Sources of FDI in the United States (by UBO)

		0 000 000 (2) 0 0 0	,
Rank	Market	2018 Position In USD millions	Share of total
1	United Kingdom	\$597,219	13.7%
2	Canada	\$588,399	13.5%
3	Japan	\$488,714	11.2%
4	Germany	\$474,472	10.9%
5	Ireland	\$385,322	8.9%
6	France	\$326,437	7.5%
7	Netherlands	\$228,144	5.3%
8	Switzerland	\$222,491	5.1%
9	Belgium	\$84,661	1.9%
10	Spain	\$76,380	1.8%
11	Australia	\$71,460	1.6%
12	Bermuda	\$60,750	1.4%
13	China	\$60,182	1.4%
14	South Korea	\$57,623	1.3%
15	Sweden	\$55,424	1.3%

Fuente: Bureau of Economic Analysis (BEA), UBO se refiere a ultimate beneficial owner.

Listado de países con mayor crecimiento de IED en los Estados Unidos

Fastest-Growing Sources of FDI in the United States (by UBO)

Ran	k Market	2018 Position In USD millions	CAGR 2013-2018
1	Argentina	\$4,896	57.9%
2	China	\$60,182	35.2%
3	Thailand	\$2,056	35.0%
4	Ireland	\$385,322	34.2%
5	Chile	\$3,483	23.9%
6	Singapore	\$54,227	23.0%
7	Bermuda	\$60,750	21.0%
8	Belgium	\$84,661	20.1%
9	Turkey	\$2,357	17.2%
10	Canada	\$588,399	17.1%
11	Austria	\$6,290	15.9%
12	Hong Kong	\$16,888	15.4%
13	South Africa	\$4,991	15.1%
14	Malaysia	\$2,417	13.3%
15	South Korea	\$57,623	13.2%

Fuente: Bureau of Economic Analysis (BEA), UBO se refiere a un "ultimate beneficial owner". CAGR se refiere a Compound annual growth rate.

Incentivos a la Inversión

<u>SelectUSA</u> agencia de los Estados Unidos creada en 2011 forma parte del International Trade Administration (Administración de Comercio Internacional) del Departamento de Comercio de los Estados Unidos y su misión es la promoción y atracción de inversión extranjera.

Desde su creación, SelectUSA ha propiciado más de US\$22,5 miles millones en inversiones en Estados Unidos. Su misión es promover inversiones generadoras de empleo en los Estados Unidos, brinda ayuda a las empresas, independientemente de su tamaño a encontrar la información que necesitan para tomar decisiones de inversión; y ayuda con la vinculación de personas adecuadas a nivel local y a brindar orientación acerca del sistema de regulación federal.

SelectUSA trabaja con más de 20 agencias y oficinas federales para aumentar la coordinación y proporcionar orientación e información para responder cuestiones concretas y de amplio alcance que inciden sobre las decisiones relacionadas con inversiones por parte de las empresas. A través de

sus servicios como mediador, SelectUSA colabora con los socios del grupo de trabajo intergubernamental (IIWG) para ayudar en lo que atañe a las preguntas e inquietudes de los inversores sobre una amplia gama de temas sobre las regulaciones federales.

SelectUSA cuenta con "<u>Servicios para las Empresas</u>" que trabajan en forma directa e individual con los inversores empresariales extranjeros, <u>suministra datos</u> y otro tipo de información

También han elaborado un <u>mapa</u> muy útil que permite consultar y comparar los incentivos existentes en cada estado(http://selectusa.stateincentives.org/?referrer=selectusa) y desde 2013 organiza, junto con el Departamento de Comercio, una <u>cumbre</u> de tres días en la que participantes provenientes de todo el mundo pueden conocer las oportunidades de negocio existentes en EEUU mediante una serie de presentaciones plenarias y concurrentes sobre temas variados como innovación, fiscalidad, apoyos estatales y locales, acceso a capital, mano de obra cualificada, etc. (https://www.selectusa.gov/selectusa-summit). En 2020 la Cumbre Anual de SelectUSA tendrá lugar del 1 al 3 de junio, en Washington DC.

Casi todos los estados, y en muchos casos los condados e incluso los municipios, cuentan con agencias que se dedican exclusivamente a la atracción de inversiones y promoción de dicha zona geográfica como destino de inversión. El Departamento de Comercio, a través de la Economic Development Administration (EDA), ofrece un <u>Directorio de las agencias de desarrollo económico estatales</u> así como de las ayudas y programas que gestionan dichas agencias (http://www.eda.gov/resources/).

Visas de negocios o inversor

Es indispensable para un extranjero tener visado de trabajo o negocios para poder trabajar, actuar como empresario o invertir en los Estados Unidos. El US Citizenship and Immigration Services (http://www.uscis.gov/portal/site/uscis) dependiente del US Department of Homeland Security, junto con el US Department of State (http://www.state.gov/), son los organismos oficiales encargados de la concesión y gestión de visados. Existe una gran variedad de los mismos, según cual sea el propósito y la duración de la estadía en los Estados Unidos.

A continuación, se ofrece un cuadro resumen de los más utilizados para la realización de negocios:

B-1: para la realización de negocios en corto espacio de tiempo y en representación de una empresa No estadounidense, 6 meses prorrogables a 1 año, se solicita a través del Consulado de los Estados Unidos en Buenos Aires. La prórroga se tramita a través del USCIS antes de que caduque el período inicial del visado.

E-1 y E-2: Para empresas o individuos que vayan o bien a dedicarse exclusivamente al comercio de servicios, productos o tecnología de un volumen importante (E-1), o vayan a invertir una cantidad

considerable en los EEUU (<u>E-2</u>). La solicitud para este tipo de visados es muy compleja y la presentación de documentos puede variar en cada caso. Consultar con el Consulado de los Estados Unidos en Buenos Aires. Suele otorgarse por un período de 2 años, pero varía según el caso.

H-1B: Para aquellos profesionales con una alta especialización teórica y práctica, acreditada por unos estudios superiores específicos en esa materia que vayan a ser contratados por una empresa ubicada en los EEUU. El futuro empleador americano deberá iniciar este trámite presentando una oferta de empleo condicional (Labor Condition Application) en el Department of Labor (Departamento de Trabajo de los EEUU). Cuando le haya sido aprobada, el empleador podrá contactar con el USCIS (Oficina de inmigración americana) para solicitar una Petition for a Nonimigrant Worker. Una vez otorgada, el trabajador deberá solicitar el visado en el Consulado de los EEUU en Buenos Aires. Se otorga por 3 años, prorrogable a 6 años.

J-1: Para programas de intercambio profesional aprobados por el Departamento de Estado estadounidense (Department of State), incluyendo a expertos, académicos, estudiantes, becarios, residentes médicos y asistentes de investigación. La institución americana que invite al interesado a participar en su programa de intercambio, deberá facilitarle el certificado llamado Certificate of Eligibility for Exchange Visitors J-1. Con éste podrá iniciar el trámite del visado en el Consulado de los EEUU en Buenos Aires.

L (L1A ejecutivos y L1B, empleados técnicos): Para trabajar en una sucursal, matriz, afiliada o subsidiaria del empleador actual en una capacidad gerencial o ejecutiva, o en una posición que requiera conocimiento especializado. El individuo debe haber sido empleado por el mismo empleador en el extranjero continuamente durante 1 año dentro de los tres años anteriores. El empleador contactará con el USCIS, en la jurisdicción donde se vaya a realizar el trabajo para solicitar una Petition for a Nonimigrant Worker. Cuando le haya sido aprobada, el trabajador deberá solicitar el visado en el consulado de los EE UU en Buenos Aires. Un año con posibilidad de prórroga.

Internacionalización de franquicias

En general para empresas internacionales que buscan expandirse en el mercado de Estados Unidos a través del establecimiento de franquicias la mejor forma es a través del establecimiento de un caso testigo (proof of concept) que implica la apertura de una franquicia propia en territorio estadounidense que opere al menos un año para poder demostrar su performance, ganar visibilidad, contar con el balance contable, antecedentes de ganancias y forma de desarrollar dicho modelo de negocios en EE.UU. Es decir, contar con un caso exitoso en los Estados Unidos.

Asimismo, se debe presentar para iniciar una franquicia en los Estados Unidos se debe cumplimentar con el **Documento de Divulgación de Franquicias** (FDD, por sus siglas en inglés);

documento legal que los franquiciadores deben proporcionarle a los franquiciados, según lo regulado por la Comisión Federal de Comercio de Estados Unidos. Este se debe presentar por lo menos diez (10) días antes de la firma del contrato de franquicia. Independientemente de la industria el documento contiene información acerca de una operación de franquicia y ayuda a los franquiciados a analizar los méritos de un franquiciador.

Modelos de negocios de franquicias en Estados Unidos

1. Corporate units (unidades corporativas)

La corporación madre es la dueña de todas las empresas o unidades y lleva adelante las operaciones diarias de las mismas. Las ganancias o pérdidas de cada unidad pertenecen directamente a la corporación.

Es el modelo de negocios de algunas empresas Fortune500.

2. Direct Franchise (single-unit)

En este modelo de negocios, el franquiciante ("franchisor") le otorga al franquiciado la concesión y derechos de abrir y operar una sola unidad. Este es el tipo de franquicia más simple y más utilizada. En el caso de que el franquiciado compre derechos adicionales para abrir y operar otras unidades únicas de franquicias, será considerado una relación de "múltiples unidades de franquicias únicas".

3. Joint Venture

Es la unión de dos o más socios de diferentes jurisdicciones para intercambiar recursos, compartir riesgos y dividen los beneficios de un emprendimiento conjunto. Generalmente, aunque no siempre, uno de los socios se encuentra físicamente en la jurisdicción dónde tendrá lugar el emprendimiento.

Desde el punto de vista del franquiciante resulta muy atractivo poder convencer a un potencial socio internacional de una franquicia de que el concepto doméstico de la franquicia del franquiciante es transferible inmediatamente a otro país sin la necesidad de tener que establecer un caso testigo o grupo de casos testigos en diferentes ubicaciones en la jurisdicción objetivo.

Uno de los principales motivos para establecer un "joint venture" es la transferencia del expertise tanto del franquiciante como del potencial franquiciador local y que la misma se plasme en una relación común. El franquiciado ("franchisee") local tendrá un mejor entendimiento de las condiciones del mercado local, gustos del consumidor, fuentes de oferta, regulaciones laborales, y otras necesidades de adaptación del concepto de la marca para entrar al nuevo país. Por su parte, el franquiciante tendrá un mejor entendimiento del sistema de la franquicia y la apertura y puesta en funcionamiento de nuevas unidades.

4. Area development rights franchise

Bajo este modelo de franquicias el franquiciado ("franchisee") tiene el derecho de abrir más de unidad, por un período de tiempo específico y dentro de una determinada área especificada. Es decir, por ejemplo, el franquiciador podrá abrir 5 unidades a lo largo de un período de cinco años en un territorio específico. El franquiciante le otorga los derechos para operar en forma exclusiva en dicho territorio.

Este tipo de franquicias proveen un mayor control respecto a las unidades y mayor involucramiento, a su vez.

5. Master franchise

Este modelo de franquicias le da al franquiciado más derechos que bajo el modelo de "area development". Además de tener el derecho y obligación de abrir y operar una determinada cantidad de unidades en un área geográfica específica, el "master franquiciado" también tiene el derecho de vender franquicias a otras personas dentro del área designada, lo cual se conoce como "subfranquicias".

El "máster franquiciado" se ocupa de esta manera de muchas de las responsabilidades del franquiciante (proveer apoyo, entrenamiento) como así también de recibir el pago de derechos y regalías.

Asociación Internacional de Franquicias (IFA)

La IFA con oficinas en Washington D.C trabaja en coordinación con asociaciones de franquicias locales en los distintos Estados de EE.UU en pos de la internacionalización de las empresas de franquicias extranjeras en Estados Unidos y de franquicias locales al mundo.

La Asociación brinda distintos tipos de membrecías según los futuros afiliados sean franquiciantes, franquiciadores o proveedores. En el caso de franquiciantes que aún no se encuentren en forma activa en Estados Unidos la IFA ofrece una membrecía y precio especial. Como miembro la empresa es incorporada a la plataforma virtual de oferta de franquicias existentes (tanto en Estados Unidos como a nivel internacional). Como miembro de la IFA la franquicia es promocionada también en su revista mensual Franchising World distribuida, y a la que acuden, los principales actores del sector, como así también, potenciales inversionistas.

Sitio web: http://www.franchise.org/

Otras asociaciones que trabajan con franquicias internacionales son:

- ✓ Franchise Direct USA, www.franchisedirect.com
- ✓ American Association of Franchisee and Dealers, www.aafd.org.

5. Régimen de Importación

A) Requisitos Generales de Acceso

En Estados Unidos, cada producto tiene diferentes requerimientos que pueden ser regulados por diferentes agencias federales. Por lo que no solo es necesario saber cuáles son los requerimientos generales que deben cumplirse, sino también conocer con qué agencia del gobierno es necesario trabajar para exportar sus productos exitosamente a este país.

La Aduana estadounidense, U.S. Customs and Border Protection, CBP (www.cbp.gov), administra el arancel aduanero de EE.UU. Sus funciones consisten en imponer y recaudar los derechos, impuestos y gravámenes sobre las mercancías importadas, hacer cumplir las normas aduaneras y otras leyes conexas, administrar ciertos tratados y normas referidas a la navegación, así como hacer cumplir algunos de los reglamentos de otros organismos federales. Importación para consumo en los EE.UU.

Como se ha señalado anteriormente, el territorio aduanero de los EE.UU. comprende los 50 Estados de la Unión, el Distrito de Columbia y el Estado Libre Asociado de Puerto Rico, organizándose en siete regiones, cada una de ellas dividida en distritos con sus correspondientes puntos de entrada.

Si usted desea exportar un bien al mercado estadounidense debe identificar su producto dentro del nomenclador arancelario de los Estados Unidos: Harmonized Tariff Schedule. Este puede consultarse en el siguiente link: https://hts.usitc.gov/. Allí puede hacer la consulta por código o por descripción del producto.

Para agilizar los trámites de despacho, es aconsejable contratar servicios de agentes de aduanas con licencia. La lista de agentes autorizados puede consultarse en el siguiente link: https://www.cbp.gov/contact/find-broker-by-port.

Asimismo, una vez identificado el producto, debe buscar la información correspondiente a la Agencia de gobierno que regula su ingreso y si debe contar con autorizaciones o permisos especiales de ingreso. Por ejemplo un producto puede estar regulado por la Food and Drug Administration (FDA) o por el Departamento de Agricultura (USDA). A modo general se recomienda visitar el siguiente sitio web de la aduana para ver requisitos generales por categoría de producto: https://www.cbp.gov/trade/rulings/informed-compliance-publications.

A su vez, se recomienda leer la siguiente guía general de importación: https://www.cbp.gov/sites/default/files/documents/Importing%20into%20the%20U.S.pdf

Una vez que la mercadería ingresa al territorio de los EE.UU, el consignatario debe presentar los documentos de ingreso para el despacho de aduanas, estos son el Manifiesto de Ingreso de Mercaderías, el formulario aduanero 7533, la Solicitud de Permiso Especial de Entrega Inmediata, el formulario aduanero 3461. Los formularios pueden consultarse aquí: https://www.cbp.gov/newsroom/publications/forms

B) Impuestos de importación y otras cargas impositivas

Con respecto a los **aranceles de aduana**, es de aclarar que todas las importaciones en Estados Unidos están sujetas a estos cobros o exentas según el Sistema Armonizado de este país y son administrados en su mayoría por la Aduana. Estos impuestos son cobrados de acuerdo a su clasificación dentro del nomenclador (<u>Harmonized Tariff Schedule</u> mencionado anteriormente). La forma de calcular estos derechos es tomar el valor del Costo, Seguro y Flete (CIF) de la mercancía.

Tenga en cuenta que en Estados Unidos la base imponible es el valor en Aduana. Además de estos impuestos, se aplica el Impuesto sobre las **Ventas conocido como Sales and Use Tax** y generalmente se establece entre el 0 y el 10% dependiendo de la ciudad y el Estado. Este impuesto se aplica exclusivamente en la fase de venta de bienes y servicios al consumidor final.

Por otro lado, los impuestos de importación pueden ser Ad Valorem (valor fijado de acuerdo al precio del producto que se está grabando), específicos (valor determinado por unidad de medidas) o compuestos (combinación de los anteriores) dependiendo de la mercancía.

En el sitio web de la Comisión Internacional de Comercio de Estados Unidos (https://dataweb.usitc.gov/) podrá encontrar el reglamento de aranceles de este país.

C) Régimen especial de importación "Sistema Generalizado de Preferencias"

Cabe destacar, que desde el 1ro. de enero de 2018 Argentina volvió a ser país beneficiario del régimen especial de importación conocido como "Sistema Generalizado de Preferencias" (SGP), en la categoría de país en desarrollo. La reincorporación de Argentina al SGP de EEUU es un logro que fortalece la competitividad de los exportadores argentinos en el mercado estadounidense ya que más de 3.500 productos entran exentos del pago del arancel de importación. Al ser una preferencia otorgada en forma unilateral, es facultad del gobierno de los Estados Unidos excluir o limitar los beneficios del programa para determinados productos o países. No todos los productos están incluidos en el SGP.

Puede consultarse la guía elaborada por el Ministerio de Relaciones Exteriores, Comercio Internacional y Culto respecto a la utilización de este régimen:

https://www.cancilleria.gob.ar/userfiles/ut/sgp eeuu guia resumida mrec 2018-version-7jun18.pdf

Durante el año 2018, Argentina realizó exportaciones al mercado de Estados Unidos por US\$ 379 millones, ubicándose en el décimo lugar como país beneficiario del régimen en términos de utilización.

Se sugiere ingresar al listado de productos completo que se encuentra en el siguiente link para ver si el producto que desea exportar está incluido:

https://comercioexterior.cac.com.ar/noticia/Sistema Generalizado de Preferencias (SGP) de E EUU readmision de Argentina y proximos pasos 9082

D) Productos sujetos a cupos y productos sujetos a medidas de defensa comercial

Respecto a los productos sujetos a cupos de importación, se destaca que hay algunos productos

que están sujetos a cuotas tarifarias o absolutas. Dichos contingentes, permiten importar una cantidad limitada de productos con aranceles reducidos o exentos y luego de cubierta la cuota, con los aranceles de nación más favorecida que en estos casos suelen ser muy elevados. En cambio, las cuotas absolutas sólo autorizan a importar una cantidad fija (son casos excepcionales sólo permitidos por el Art XI del GATT de 1994). Los productos sujetos a cuotas o cuotas-tarifarias están establecidos en el Arancel Armonizado donde se puede determinar la correcta clasificación arancelaria. Asimismo, la información sobre este tema puede ser obtenida del Servicio de Aduanas, Departamento de Cuotas.

Particularmente, en el caso de Argentina, es importante destacar los siguientes sectores sujetos a cupos de importación:

✓ Carne: Estados Unidos autoriza la importación de carne vacuna frescas, enfriadas o congeladas desde la región norte del paralelo 42. Se pueden exportar todos los cortes de la carcasa, deshuesados y madurados, con excepción de carne de la cabeza, de la carrillada y de la tráquea, órganos internos, patas y pezuñas, y carne molida o picada. Todas las importaciones de carne deben provenir de un establecimiento frigorífico autorizado para ingresar al mercado de los Estados Unidos. En el siguiente enlace hay una lista de los frigoríficos aprobados al día de la fecha:

https://www.fsis.usda.gov/wps/wcm/connect/0910dcc6-964e-4c75-9a6a-1cea1d60e035/Argentina establishments.pdf?MOD=AJPERES&ContentCache=NONE

Las importaciones de carne bovina fresca de Argentina están sujetas a un contingente arancelario de 20.000 toneladas anuales. El arancel dentro del contingente es de US\$ 44/tonelada, mientras que las exportaciones que superen ese volumen deben pagar un arancel de 26,4%.

✓ Queso: Las importaciones de queso originarias de Argentina, están sujetas al siguiente régimen de cupos y sólo pueden ser importadas a través de importadores licenciados por el Departamento de Agricultura.

TIPO DE QUESO	CUOTA (tons)	Posiciones Arance larias	Arancel Intra-Cuota/ Extra Cuota
Edamy Gouda	235	0406.10.44, 0406.20.44, 0406.20.73, 0406.30.44, 0406.30.73, 0406.90.16, 0406.9086	10%US\$ 1,509/kg
Tipo Roquefort	2	0406.10.14, 406.20.24, -4-6.20.61, 0406.30.14, 0406.30.61, 0406.40.54, 0406.40.58, 0406.90.72	10%2,269kg
Tipo Italiano	Tipo Italiano 6,383 0406.20.51, 0406.20.77, 0406.30.77, 0406.90.31, 0406.90.36, 0406.90.		10%/US\$ 2,146/kg
Suizo o Emmenthal	80	0406.90.46	6,0% US\$ 1,877/kg
Sustitutos	Sustitutos 100 0406 10.04, 0406 10.84, 0406.2089, 0406.30.89, 0406.90.95		10%/US\$ 1,509/kg
Total	6,800		

El listado de importadores autorizados puede consultarse en el siguiente enlace: https://www.fas.usda.gov/programs/dairy-import-licensing-program

✓ Acero y aluminio: Desde junio de 2018, las importaciones de algunos productos originarios de Argentina del sector de acero y aluminio están sujetos a un cupo de 180.000 toneladas para cada grupo de productos. Respecto a la aplicación del arancel y la utilización, se sugiere ver las informaciones disponibles en aduanas, en el siguiente enlace: https://www.cbp.gov/trade/remedies/232-tariffs-aluminum-and-steel

Asimismo, cabe destacar que algunos productos pueden estar afectados por derechos "antidumping" o compensatorios adicionales a los aranceles de importación. Las investigaciones de las solicitudes presentadas por las empresas locales son efectuadas por una doble instancia: el Departamento de Comercio que investiga la existencia de dumping o subsidios y la Comisión de Comercio Internacional que es el ente encargado de comprobar la existencia de daño a la industria local provocada por las importaciones objeto de dumping o subsidios. Los derechos son establecidos por el Departamento de Comercio.

Los derechos "antidumping" son aplicados a los productos importados que son vendidos en Estados Unidos a un precio menor al denominado "valor normal", que generalmente es el precio vendido en el mercado de origen del importador, o cuando éste no estuviera disponible a un valor justo, precio estimado, de mercado.

Los derechos compensatorios son impuestos para contrarrestar el efecto de las subvenciones otorgados por algunos gobiernos a las mercancías exportadas. Esas subvenciones permiten que el precio de venta de la mercancía en cuestión resulte artificialmente menor al costo de producción o al precio ofrecido por otros competidores, lo que puede perjudicar económicamente a los fabricantes ubicados en el país receptor o a terceros mercados.

Actualmente, sólo las importaciones de **biodiesel** se encuentran sujetas a derechos antidumping, con aranceles antidumping del 74% para su ingreso al mercado. Para mayores detalles puede consultarse el siguiente enlace del Departamento de Comercio: https://www.trade.gov/enforcement/operations/scope/country/argentina/index.asp

E) Regimenes aduaneros especiales

Existen una serie de regímenes aduaneros económicos especiales para la realización de determinados tipos de operaciones que se encuentran perfectamente delimitados en la normativa aduanera de los EE.UU.

El "Draw Back" permite la importación de mercaderías para su transformación y luego su reexportación. Se devuelve hasta 99% de las cargas pagadas, algunos impuestos internos y otras tasas pagados en el momento de la importación. El reembolso se efectuará después de que el bien en cuestión haya sido reexportado o destruido. Aquí puede distinguirse el manufacturing drawback, para la importación de mercancías las cuales serán objeto de procesado en EE.UU y posterior exportación; el Unsed-merchandise drawback para mercancías que tras su importación son exportadas sin haber sufrido ninguna alteración en los EE.UU) y el Rejected-merchandise drawback, para mercancías que deben ser exportados o destruidas por no cumplir con las

especificaciones, haber sido enviadas sin el consentimiento del destinatario o estar defectuosas en el momento de la importación.

Las importaciones temporales, permite la importación libre del pago de aranceles. Es un procedimiento por el cual, bajo ciertas condiciones y para determinados tipos de bienes, las mercancías pueden entrar, por un limitado periodo de tiempo, en el territorio aduanero de EE.UU. libres del pago de tasas y derechos. Estas mercancías no pueden ser objeto de ninguna trasformación o alteración.

El documento ATA, como documento aduanero global, permite la importación temporal de bienes sin necesidad de efectuar el pago de derechos arancelarios y otras tasas aplicables y sin necesidad de cumplir con las formalidades aduaneras normalmente requeridas para la importación de bienes. Este tipo de documento se utiliza mucho para el ingreso de muestras comerciales, equipos profesionales y material publicitario. En el caso de muestras comerciales, es preciso no obstante considerar la particularidad del producto, ya que algunos requieren la identificación de un importador en el mercado como por ejemplo en el caso del vino. Para la obtención del documento ATA es necesario dirigirse a la Cámara de Comercio de la demarcación de la empresa exportadora.

Las zonas francas son áreas controladas que se encuentran legalmente fuera del territorio aduanero de EE.UU. y cuyo fin es atraer el comercio internacional. Aunque en estas zonas no se aplica la normativa estadounidense a efectos de aranceles y requisitos aduaneros, sí se aplican otras leyes federales sobre los productos y establecimientos situados dentro de sus límites. El Foreign Trade Zones Board (FTZ) es el organismo federal responsable de su gestión y de autorizar las operaciones, siempre que no vayan en detrimento del interés público. La información sobre zonas francas y el listado de las mismas en Estados Unidos se puede consultar en la siguiente página: https://enforcement.trade.gov/ftzpage/index.HTML

F) Requisitos técnicos y certificados

Para los productos agrícolas, es importante buscar en el Departamento de Agricultura, los requisitos sanitarios y fitosanitarios: www.aphis.usda.gov y www.fsis.usda.gov (sanidad animal y vegetal y sus productos).

Asimismo, deben considerarse los requerimiento establecidos por el Food & Drug Administration (FDA) respecto a la protección de la salud humana y requisitos para alimentos, productos veterinarios, medicamentos, domisanitarios, cosméticos y aparatos médicos, entre otros.

Por su parte, las normas federales de certificación y homologación son obligatorias en todo el país. El organismo federal Instituto Nacional de Estándares y Tecnología (NIST), es la institución no reguladora bajo el Departamento de Comercio, la cual desarrolla distintos estándares para productos y servicios. Sitio web: https://www.nist.gov/

Asimismo, existe una gran cantidad de entidades y asociaciones privadas que desarrollan normas de calidad voluntarias para un determinado sector (industrial standards), independientemente de que ya existan normas en el ámbito federal o estatal. Aunque estas normas son de carácter privado, y en principio voluntarias, en muchos casos acaban siendo de cumplimiento forzoso en la medida en que los diferentes agentes del mercado así lo exijan como requisito previo a su

comercialización y como garantía de calidad.

Entre estas insitutciones se destaca el American National Standards Institute (ANSI), la Underwriters Laboratories Inc. (UL) (www.ul.com), Intertek Testing Services (ITS) (www.intertek.com), entre otros.

G) Canales De Distribución

Hay varios factores a considerar a la hora de decidir exportar al mercado estadounidense. Primeramente, la dimensión continental del territorio, la diferenciación de mercados regionales con distintas zonas horarias, diferencias culturales y características propias de cada mercado.

Es un mercado exigente, con altas exigencias en materia de distribución de productos, calidad y requisitos específicos que los distintos compradores exigen. La venta directa es el canal más costo efectivo, pero no garantiza el servicio postventa. La búsqueda de un distribuidor es altamente recomendable, sobre todo si se busca llegar a diversos mercados y son quienes en última instancia garantizan la venta del producto al cliente final.

Asimismo, es importante destacar que para poder realizar con éxito un negocio por venta directa es necesario que el exportador cuente con un buen diseño de sitio web, con informaciones en inglés, con rápida capacidad de respuesta ante las consultas de potenciales compradores y con capacidad para atender volumen y calidad requeridos por un mercado tan grande.

Dentro de la figura de los canales de distribución pueden identificarse distintos tipos:

- 1. <u>Distribuidor Master</u>: distribuidor de grandes volúmenes y muchas gamas de productos a otros distribuidores regionales. Un ejemplo de ello sería la empresa SISCO. Tienen gran capacidad de logística, lo cual le permite capitalizar ventajas y hacer entregas urgentes.
- Distribuidor Industrial: Enfocado específicamente en bienes industriales y servicio de postventa para fabricantes. Aquí puede verse el ranking de los principales: https://www.mdm.com/2018-top-industrial-distributors
- 3. <u>Piggy-backing</u>: Acuerdos para la utilización de la red de comercialización de otra empresa ya establecida.
- 4. <u>Marca Blanca</u>: Acuerdo para la fabricación de un determinado producto bajo la marca de un distribuidor, tienda de supermercado o fabricante estadounidense. Algunas empresas argentinas de miel, aceite de oliva y vinos han optado por este tipo de acción para colocar sus productos en el mercado.
- 5. <u>Apertura filial</u>: Abrir una oficina de ventas y servicios al cliente. En general esta opción la toman empresas exportadoras con cierto nivel de ventas en el mercado estadounidense o que necesitan una asistencia post-venta integral y continua. Un ejemplo de ello son las ventas de software a medida a grandes empresas.
- 6. <u>Establecimiento de una fábrica</u>: Necesidad de establecimiento a partir de necesidades propias de la industria. Una vez determinado este tipo de distribución es importante realizar

- un estudio comparativo sobre los incentivos económicos que ofrecen los organismos federales, estatales y locales.
- 7. <u>Alianza o Joint Venture</u>: A través de un acuerdo, una empresa argentina y un estadounidense deciden ser socios para el desarrollo de un determinado producto o servicio. El contrato establecerá las condiciones para referido desarrollo, contribuciones de cada socio, mecanismos de resolución de diferencias, entre otros.
- 8. <u>Plataformas y Trading Companies</u>: Hay empresas de comercialización que también son distribuidores y realizan ventas a clientes finales.

En adición a lo mencionado, es importante destacar que cada sector de exportación tiene sus particularidades de importación y distribución dentro del mercado estadounidense. Los distribuidores son quienes venden directamente a las tiendas de supermercados, a los restaurantes y dependiendo del cliente final, la tienda minorista.

Con relación a las tiendas de supermercados, es importante identificar la estrategia competitiva de mercado que adopta cada una de ellas, por ejemplo Whole Foods nuclea mayormente al sector orgánico, Wegman's apunta a un cliente que compra productos de calidad, Walmart y Sam's Club apuntan a un público general de precios bajos. En ese sentido, la política de compras de cada supermercado o tienda estará determinada por la estrategia competitiva de la empresa y al público que atiende.

Respecto a las tiendas de supermercados, debe distinguirse entre los establecimientos con ventas inferiores a los US\$ 2 millones anuales, que se catalogan como tiendas minoritas y aquellos supermercados que tienen ventas superiores a las mencionadas.

<u>Mayoristas</u>

Los canales de comercialización mayoristas están focalizados en la distribución de bienes a granel, bienes de capital y de consumo, con excepción del sector automotores. Los distribuidores mayoristas pueden tener una especialización por tipo de productos o por regiones.

El 90% de los mayoristas son comercializadoras que compran los productos para empaquetarlos y colocarles sus propias marcas, o nombres por encargo, y revenderlos a los minoristas y consumidores comerciales. Es muy común ver comercializadoras de productos congelados, que congelan y empaquetan productos con sus propias marcas o de supermercados y cadenas de negocios. Estos tienen generalmente capacidad propia para el almacenamiento, ensamblado, empaquetado y etiquetado de los productos.

Si el exportador desea imponer o mantener su marca y producto debe hacer uso de comisionistas o "brokers", que trabajan con mayoristas o centros de distribución para minoristas, montar una filial o entrar directamente en los canales de distribución minoristas.

Minoristas

El comercio minorista en los Estados Unidos muestra una continua evolución. En los últimos años los grandes almacenes han perdido terreno debido al crecimiento de los llamados "discountstores". Actualmente, las encuestas muestran que los consumidores compran con mayor frecuencia en los comercios de descuentos (depósitos, tiendas de descuento o centros con salones de venta directa de fabricantes) porque ofrecen precios bajos casi todos los días del año.

En el comercio minorista, el consumidor siempre ocupa un lugar prioritario. La generación actual, ha provocado un significativo cambio en los hábitos de compra, buscando combinar mejores precios con diseño y calidad.

El marketing directo, info-comerciales y la compra telefónica o por Internet son otros canales de mucho éxito en los Estados Unidos. Muchos comerciantes minoristas y los grandes almacenes establecen alianzas con redes de televisión, como los "home shopping networks," operadores de televisión por cable, servicios de ventas por teléfono y por catálogo. Los consumidores que utilizan éste canal son mayormente personas de un alto poder adquisitivo y profesionales acostumbrados a utilizar las tarjetas de crédito como forma de pago.

Los Ángeles, New York y Chicago han sido tradicionalmente los principales mercados minoristas de los Estados Unidos.

En el caso particular del sector alimenticio, los principales canales de comercialización son los supermercados convencionales, los negocios de conveniencia ("convenient stores") y los comercios "rápidos" ("expressstores"). Los alimentos también pueden distribuirse vía los clubes al por mayor y los Supercentros, dónde generalmente están combinados con diversos rubros y las ventas pueden ser tanto al por menor, como al por mayor.

En el sector de salud, cosmetología y artículos de tocador los canales por excelencia están dados por los "DrugStores" convencionales, muchos de ellos con estructuras de supermercados. Otros canales alternativos son los supermercados convencionales, clubes de venta y los supercentros.

H) Impuestos

El régimen impositivo de los Estados Unidos tiene tres niveles, el federal, el estatal y el municipal, y grava tanto a las rentas de las personas físicas como las jurídicas.

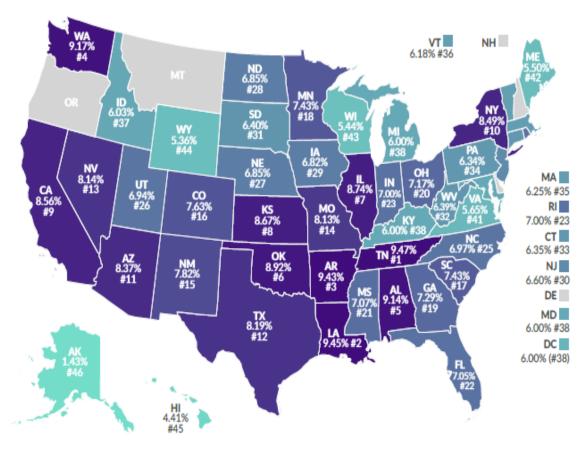
Con relación a los Convenios de Doble Imposición, es importante destacar a las empresas que quieran hacer negocios con los Estados Unidos, que no existe en vigor un Convenio Bilateral para Evitar la Doble Imposición.

Imposición sobre el Consumo: Lo que en Argentina se conoce como IVA, en los Estados
Unidos se identifica como Impuesto sobre las Ventas o por su denominación en inglés "Sales
and Use Tax". La mayoría de los Estados usa este impuesto y se aplican exclusivamente en la

fase de venta de bienes y servicios al consumidor final. Los tipos varían entre un 4 y un 8% según los estados. Los compradores exentos del pago del Sales Tax deben justificarlo en el momento de la venta o en su defecto, en un plazo no superior a 90 días, presentándole al vendedor/proveedor un certificado/carnet de "exención". Los Estados con mayor carga impositiva son Tennesse (9,4%), Louisiana (9,45%), Arkansas (9,43%), Washington (9,17%) y Alabama (9,14%).

Ver en el siguiente recuadro los valores por Estado de acuerdo a publicación de <u>Tax</u> Foundation.

Combined State & Average Local Sales Tax Rates, January 1 2019



Note: City, county, and municipal rates vary. These rates are weighted by population to compute an average local tax rate. Three states levy mandatory, statewide, local add-on sales taxes at the state level: California (1.25%), Utah (1.25%), and Virginia (1%); we include these in their state sales tax. The sales taxes in Hawaii, New Mexico, and South Dakota have broad bases that include many services. Special taxes in local resort aresas are not counted here. Salem County, N.J. is not subject to the statewide sales tax rate and collects a local rate of 3.3125%. New Jersey's local score is represented as a negative. D.C.'s rank does not affect states' ranks, but the figures in parentheses indicate where it would rank if included.

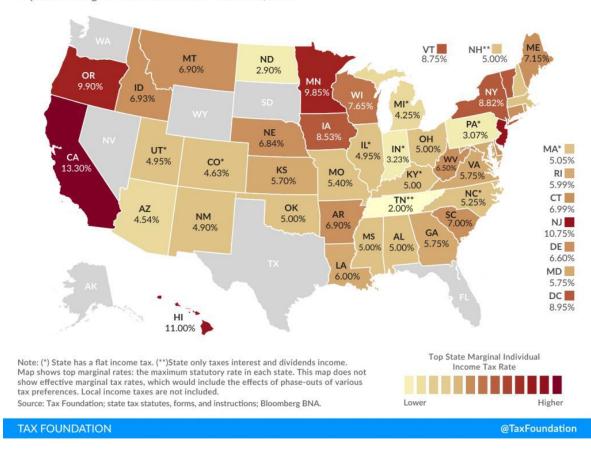
Source: Sales Tax Clearinghouse, Tax Foundation calculations, State Revenue Department websites

Special taxes in Montana's resort areas are not included in our analysis.

Imposición sobre la renta de las personas físicas: Existe un impuesto sobre la renta federal y la renta estatal y el impuesto se define por obligación personal y por obligación real. La obligación personal sujeta a los ciudadanos americanos o residentes civiles (Green card) y los residentes en Estados Unidos durante más de 183 días (resident alien). La obligación real, sujeta a las personas físicas que obtengan renta de fuente americana (non resident alien). A escala estatal, también se pagan impuestos sobre la renta, excepto en los estados de Alaska, Florida, Nevada, South Dakota, Texas, Washigton y Wyoming. En nueve estados Colorado, Illinois, Indiana, Kentucky, Massachussets, Michigan, Carolina del Norte, Pennsylvania y Utah. el impuesto sobre la renta se grava sobre una tarifa plana -Flat Rate Individual Income Tax- que oscila entre el 3,07% al 5,25%. El diferencial de tasas entre estados oscila en torno al 6%, siendo que en Dakota del Norte el impuesto es de 2,9% y en California del 13,3%.

How High Are Income Tax Rates in Your State?

Top State Marginal Individual Income Tax Rates, 2019



 Otros impuestos: Debe considerarse también que existe otros impuestos como el impuesto sobre la propiedad (Propierty Tax), impuesto sobre sucesiones (Estate Tax), cotizaciones sobre seguridad social (Pay Roll Taxes), entre otros.

Se sugiere visitar el sitio web de la Tax Foundation, donde pueden encontrarse informaciones más

detalladas sobre la base imponible de cada impuesto, cómo opera a nivel federal, estatal y local.

https://taxfoundation.org/

6. Establecimiento en el Mercado

Es importante tener en cuenta que es resorte estadual el dictado de leyes y reglamentos en relación con la creación, y el funcionamiento de las distintas formas legales de organización de una empresa. Si bien en términos generales las disposiciones de los diversos estados no varían substancialmente, los efectos de la elección de cada figura societaria pueden diferir. Por otra parte, las obligaciones impositivas también varían por lo que es aconsejable asesorarse legalmente respecto de la localización, forma societaria y proceso de inscripción de una sociedad.

En general las posibles formas legales de organización empresarial incluyen:

- **SOLE PROPIETORSHIP**: Único propietario y responsable por la empresa (similar a empresa unipersonal).
- GENERAL PARTNERSHIP: Asociación contractual de dos o más personas físicas o jurídicas, compartiendo el control y los resultados de la empresa (pérdidas y ganancias) Un acuerdo escrito no es obligatorio pero es recomendable (similar a sociedad colectiva).
- LIMITED PARTNERSHIP: Asociación contractual con responsabilidades limitadas cuyo alcance difiere según la condición de socio "general" o "limitado" (similar a sociedad en comandita).
- LIMITED LIABILITY COMPANY: Similar a la Sociedad de Responsabilidad Limitada (SRL)
- LIMITED LIABILITY PARTNERSHIP: Figura similar a la General Partnership y Limitedpartnership común para las firmas de profesionales (estudios jurídicos, etc.)
- **JOINT VENTURE**: Asociación por un tiempo determinado y para un emprendimiento específico. Tiene similitudes con el General partnership pero para una actividad determinada de antemano.
- **CORPORATION**: Forma más común de organización de negocios en los Estados Unidos. (Similar a Sociedad Anónima)
- BRANCH OF FOREIGN CORPORATION: Sucursal.

La constitución y funcionamiento de la empresa varía según el estado, pero en términos generales los procedimientos son similares. En todos los casos se sugiere verificar el siguiente listado (no

exhaustivo) de aspectos a tener en cuenta: Aspectos impositivos (federales, estaduales y locales), leyes laborales (federales y estaduales), exigencias de Ciudades y Condados (licencias, tasas, etc.), incentivos, aspectos medioambientales.

Fuentes de información:

www.business.gov www.sba.gov www.irs.gov

7. Guía de Negocios Embajada Argentina en DC

Relación comercial bilateral con los Estados comprendidos en la jurisdicción

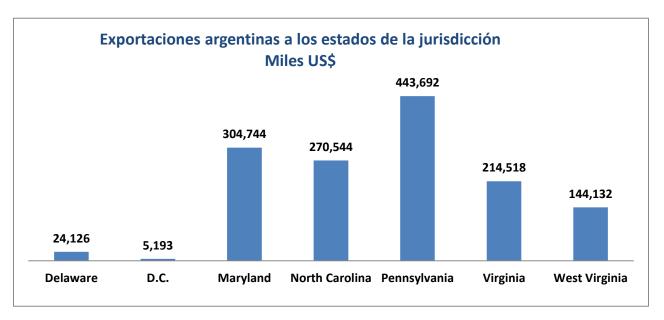


Fuente: Elaboración propia en base a US Trade Online



Fuente: Elaboración propia en base a US Trade Online

Los Estados North Carolina, Virginia y Pennsylvania fueron los principales destinos de exportaciones argentinas durante el año 2019. Asimismo, Pennsylvania y Maryland fueron los principales orígenes las importaciones argentinas durante el año 2018.



Fuente: Elaboración propia en base a US Trade Online

Los principales productos de exportación de Argentina son los productos agroindustriales, productos de la minería, productos de madera, alimentos y fertilizantes. Del lado de las compras argentinas, los principales productos demandados son fertilizantes, químicos orgánicos, productos y material eléctrico y electrónico, plásticos, entre otros.

Respecto a los productos con potencial, tomando en consideración la demanda de los Estados de la jurisdicción y la oferta argentina se destacan:

- Autpartes.
- Aparatos médicos y diagnóstico médico.
- Productos agroindustriales: carne, peras, manzanas, arándanos y membrillos. Vinos y existe potencial para bebidas alcohólicas como el vermouth.
- Indumentaria de diseño.
- Derivados del petróleo y material bituminoso.
- Soluciones en materia de ciberseguridad, data analytics y fintech.

Características del mercado regional

La presencia de la capital administrativa y política de los Estados Unidos, hace de la región Metropolitana de Washington D.C., una de las regiones más dinámica del país. Pennsylvania es el

quinto Estado con mayor población, mientras que Delaware es el quinto estado en materia de PBI per cápita debido a su atracción a la radicación de empresas por sus leyes impositivas favorables a los negocios (más del 50% de empresas que cotizan en bolsa están registradas en el estado, así como el 63% de las empresas listadas en el ranking 500 de Fortune).

Se detallan a continuación los datos macroeconómicos por estado:

Washington DC

Alcaldesa: Muriel Bowser (Demócrata)

Superficie: 177 km2

Población: 702.455

Composición étnica: 37.1% Blancos, 46.4% Afroamericanos, 11.3% Hispanos, 4.4% Asiáticos, 0.7%

Nativos americanos

PBI nominal año 2018: US\$ 140.661 millones

PBI per cápita: US\$ 200.242 (muy por encima de los \$62.641 del PBI per cápita nacional)

<u>Maryland</u>

Capital: Annapolis

Gobernador: Lawrence Hogan (Republicano)

Ciudades importantes: Baltimore, Columbia.

Superficie: 25.414 km2

Población: 6.042.718

Composición étnica: 50.5% Blancos, 30.9% Afroamericanos, 10.4% Hispanos, 6.7% Asiáticos, 0.7%

Nativos americanos

PBI nominal año 2018: US\$ 412.584 millones.

PBI per cápita: US\$ 68.278

<u>Virginia</u>

Capital: Richmond

Gobernador: Ralph Northam (Demócrata)

Ciudades importantes: Virginia Beach, Norfolk.

Superficie: 102.278 km2

Población: 8.517.685

Composición étnica: 61.5% Blancos, 19.9% Afroamericanos, 9.6% Hispanos, 6.9% Asiáticos, 0.5%

Nativos americanos.

PBI nominal año 2018: US\$ 532.892 millones

PBI per cápita: US\$ 62.563

West Virginia

Capital: Charleston

Gobernador: Jim Justice (Republicano)

Ciudades importantes: Huntington

Superficie: 62.258 km2

Población: 1.805.832

Composición étnica: 92.1% Blancos, 3.6% Afroamericanos, 1.7% Hispanos, 0.8% Asiáticos, 0.3%

Nativos americanos

PBI nominal año 2018: US\$ 77.438 millones

PBI per cápita: US\$ 42.882

<u>Delaware</u>

Capital: Dover

Gobernador: John Carney (Demócrata)

Ciudades importantes: Wilmington

Superficie: 5.047 km2

Población: 967.171

Composición étnica: 61.9% Blancos, 23.0% Afroamericanos, 9.5% Hispanos, 4.1% Asiáticos, 0.8%

Nativos americanos

PBI nominal año 2018: US\$ 73.481 millones

PBI per cápita: US\$ 75.975

North Carolina

Capital: Raleigh

Gobernador: Roy Cooper (Demócrata)

Ciudades importantes: Charlotte, Greensboro y Durham

Superficie: 125.919 km2

Población: 10.383.620

Composición étnica: 62.8% Blancos, 22.2% Afroamericanos, 9.6% Hispanos, 3.2% Asiáticos, 1.7%

Nativos americanos

PBI nominal año 2018: US\$ 563.691 millones

PBI per cápita: US\$ 54.286

Pennsylvania

Capital: Harrisburg

Gobernador: Tom Wolf (Demócrata)

Ciudades importantes: Philadelphia, Pittsburg.

Superficie: 115.883 km2

Población: 12.807.060

Composición étnica: 76.1% Blancos, 12.0% Afroamericanos, 7.6% Hispanos, 3.7% Asiáticos, 0.5%

Nativos americanos.

PBI nominal año 2018: US\$ 783.168 millones

PBI per cápita: US\$ 61.151

Empresas destacadas en la región y productos con potencial

Se listan a continuación las principales empresas de la región por Estado:

<u>Pennsylvania</u>

Aramark

- Comcast
- Keystone Foods
- Ricoh
- Genesis HealthCare
- Universal Health Services
- Rite Aid
- Alcoa
- UPMC
- PNC

Virginia

- Freddie Mac
- General Dynamics
- Capital One Financial
- Northrop Grumman
- Dollar Tree
- Altria Group
- Performance Food Group
- CarMax
- WestRock
- AES
- Dominion Energy
- Hilton Worldwide Holdings
- Norfolk Southern
- Owens & Minor
- Advance Auto Parts
- Genworth Financial
- Computer Sciences
- Huntington Ingalls Industries
- Leidos Holdings
- CalAtlantic Group
- NVR
- Markel

Carolina del Norte

- Bank of America
- Lowe's
- Nucor
- Duke Energy
- BB&T Corp.
- VF
- Laboratory Corp. of America
- IQVIA Holdings
- Sonic Automotive
- Advance Auto Parts
- Brighthouse Financial
- Hanesbrands

<u>Delaware</u>

- DuPont
- Integrity Staffing Solutions
- W. L. Gore & Associates
- Swissport Holding Inc
- University of Delaware
- Delaware Capital Formation Inc
- State of Delaware
- Utility Holding LLC
- The Chemours Company
- Mountaire Farms

Maryland

- Marriott International
- Lockheed Martin
- Laureate International Universities
- Social Security Administration
- Johns Hopkins Medicine
- HMSHost
- University of Maryland Medical Center
- National Institutes of Health
- Perdue Farms
- University System of Maryland

West Virginia

- WVU Medicine
- CAMC Health System
- Urgent Care MSO LLC
- ESMARK
- Ogden Newspapers
- Special Metals Corporation
- DFS NEWELL
- THOMAS MEMORIAL HOSPITAL
- Oglebay Resort
- Princeton Community Hospital

<u>Washington, D.C.</u> (empresas con oficinas en D.C y dedicadas mayormente a asuntos gubernamentales e institucionales)

- Danaher
- FEDEX
- Tata Services
- Fedex
- BWM
- IBM
- TARGET
- Deloitte
- CVS HEALTH
- AT&T
- Ernst & Young

Cómo exportar a la región

Como ya fue mencionado anteriormente, para exportar productos a los Estados deben cumplirse con los requisitos aduaneros y cumplir con los requisitos establecidos por la autoridad reguladora (FDA, USDA, EPA, etc).

En el caso de productos, es necesario poder responder las siguientes preguntas:

¿Cuáles son los costos de distribución dentro de la región?.

- ¿Cuáles son los canales de distribución específico del sector?. Por ejemplo, en Pennsylvania la importación, distribución y venta de alcohol está regulada por el Estado, lo mismo sucede en Maryland. En cambio, en Washington D.C. es libre.
- Márgenes de Ganancia: Debe evaluarse los precios de venta mayoristas y minoristas, quienes son los principales distribuidores, cuáles son los porcentajes de ganancias que manejan para estimar el potencial de ganancia.
- Volúmenes e inventario: La demanda en Estados Unidos es muy grande, por ende una vez que un importador o distribuidor establece un vínculo comercial con un proveedor, quiere asegurarse que puede contar con el producto y volumen deseado en cualquier momento que sea necesario. Esto permite construir la relación comercial y escalar el negocio. Si no se cuenta con volumen es mejor esperar un momento en que pueda abastecerse al mercado. Algunos importadores/ distribuidores gustan de contar con inventario en el territorio estadounidense. Para el desarrollo de este particular, puede tomarse contacto con la Agencia Argentina de Inversiones y Comercio Internacional y su programa de Hub Logístico en Miami.
- Exigencias de calidad y certificaciones: Cada segmento de mercado posee requisitos específicos de calidad y de certificación. Por ejemplo Whole Foods exige para sus proveedores de carne bovina fresca la certificación GAP (Global Animal Partnership) mientras que Cotsco no exige esa certificación.
- Identificar las ferias comerciales más importantes del sector en la región. Aunque no se participe de la Feria pueden verse las empresas participantes y ver qué potencial tienen para ser futuros clientes.

En el caso del sector de servicios, particularmente en el caso de servicios con base tecnológica, la empresa debe considerar sus respuestas a la luz de las siguientes preguntas:

- ¿Qué tan costo-efectiva es mi solución frente a competidores locales y de otras regiones (región APAC –Asia Pacífico- es el principal competidor)?
- ¿Cuál y cómo es el escenario de la competencia frente a mi expertise tecnológica y frente a la solución que estoy ofreciendo por vertical industrial?.
- Si mi solución ya está en el mercado cuál es mi diferencial más allá del precio?.
- ¿Cuáles son los líderes del mercado.
- ¿Cuál es mi cliente tipo y el arquetipo?. Dónde lo encuentro? En qué grupos está?.
- ¿Cuál y cómo es el escenario competitivo en plataformas B2B como clutch o G2 Crowd?.
- ¿Cuál es la propuesta de valor (USP- Unique selling proposition) de mis competidores?.
- ¿A qué verticales busco servir?. Qué soluciones se destacan y para qué vertical industrial?.
- ¿Cuál es el balance entre mis ventas directas e indirectas?.
- ¿Qué estrategia de acceso tengo y cuáles son los canales?. Asociaciones, presencia, canales B2B2B-B2B2BE2?.

- ¿Cuál es mi estrategia de marketing?
- ¿Cuál es mi programa de soporte?.

Cómo instalarse en la región.

Para instalarse en la región siempre es importante considerar los beneficios en materia impositiva de cada Estado. Delaware es el Estado que mayores facilidades y beneficios da para las empresas registradas.

En líneas generales, se sugiere tomar en consideración lo siguiente:

- Consultar en el IRS la normativa para negocios internacionales y ver los impuestos de carácter federal: https://www.irs.gov/businesses/international-business. Asimismo, se informa que de manera general, el impuesto corporativo federal es del 21% y que en el caso de sucursal de empresa extranjera hay un adicional de impuestos sobre las ganancias del 30%.
- Impuestos a nivel estatal y municipal también deben ser considerados así como los beneficios otorgados por como crédito sobre algunos impuestos.

Atento ello, se sugiere identificar la región donde desea instalarse y luego contactar a la Cámara de Negocios o de Desarrollo Económico para esa localización específica para evaluar los beneficio.

Por ejemplo, el Estado de Virginia no recauda "corporate income taxes" desde el año 1972 ya que otorga diversos beneficios impositivos para las empresas que deciden instalarse en el Estado. Debe consultarse la comparación regional de impuestos para evaluar los impuestos sobre los negocios y las propiedades. Generalmente las autoridades de desarrollo económico dan asistencia gratuita a las empresas con interés en desarrollar negocios localmente.

El <u>Fairfax County Economic Development Authority</u> por ejemplo difunde en su sitio web todas las informaciones sobre impuestos, beneficios y cálculos comparativos. Puede verse aquí un video general sobre qué impuestos se pagan: <u>Video</u>

Cámaras sectoriales y de comercio destacadas en la región

Cámara de Comercio de los Estados Unidos (USCC)

La Cámara de Comercio de los EEUU es la organización empresarial más grande del mundo, representando los intereses de más de 3 millones de empresas de todos los tamaños, sectores y regiones. Sus miembros son desde PYMES, y cámaras de comercio locales hasta importantes asociaciones industriales y grandes corporaciones.

Consejo de las Américas /Asociación de las Américas (COA/AS)

El COA es la principal organización empresarial internacional cuyos miembros comparten un compromiso común con el desarrollo económico y social, el libre comercio, el estado de derecho y la democracia en todo el Hemisferio Occidental. Las empresas miembro son compañías internacionales líderes que representan un amplio espectro de sectores, que incluyen banca y finanzas, servicios de consultoría, productos de consumo, energía y minería, manufactura, medios, tecnología y transporte. Entre ellas se encuentran: Aeropuertos Argentina 2000, AES, AIG, Amgen, Apple, Arcos Dorados, BNA, Bank of America, BlackRock, BNP Paribas, Boeing, BCG, Bunge Limited, Cargill, Caterpillar, Chevron, Chubb, Cisco, Citigroup, Coca Cola, ConocoPhillips, DirecTV, DHL, Dow, eBay, Equifax, Exxon, Ford, GE, GM, Google, J.P Morgan, Kellogg, Kirkland, Mastercard, Medtronic, MetLife, Merck, Microsoft, Mitsui, Monsanto, Nike, Pepsico, SAP, Shell, S&P, Twitter, UBS, UPS, Viacom, Visa, Walmart, YPF.

Consejo de la Industria de Tecnología de la Información (ITI)

El Consejo de la Industria de Tecnología de la Información (ITI), fundado en 1916, es la principal organización de defensa y política para las empresas de innovación más importantes del mundo. Su misión es promover la competitividad global de sus compañías miembro a través de políticas públicas amigables con la tecnología.

Entre sus miembros figuran: Accenture, Adobe, AMD, Amazon, Apple, Canon, Dell, Dropbox, EBay, Ericsson, Facebook, Fujitsu, Google, HP, IBM, Intel, Lenovo, Logitech, Microsoft, Micron, Motorola, McAfee, Nokia, Oracle, Panasonic, Samsung, SAP, Toshiba, Toyota, Twitter, Visa.

Business Council for International Understanding (BCIU)

El BCIU es una organización no-partidaria estadounidense que trabaja en la expansión del comercio internacional mediante el apoyo a la internacionalización de sus empresas miembro y facilita su relacionamiento con líderes de gobierno y empresas a nivel mundial.

Fundada en 1955 como iniciativa de la Casa Blanca por el Presidente Eisenhower, hoy el BCIU tiene más de 200 empresas miembro, muchas de ellas Fortune 500 y es presidida por un Consejo Directivo de altos ejecutivos de 40 empresas líderes.

La organización también es un espacio de relacionamiento de las autoridades gubernamentales con empresas multinacionales en su tarea de promoción comercial y de inversiones. BCIU ha organizado miles de conferencias, "roundtable discussions" y reuniones privadas, como así también misiones comerciales alrededor del mundo.

Potomac Exchange

Fundada en 1987, Potomac Exchange es una organización de ejecutivos miembros que representan a un amplio espectro de empresas, ONG e instituciones financieras líderes de EE. UU. y globales con

operaciones en todo el mundo. La asociación organiza almuerzos mensuales, en los que promueve relaciones cercanas entre los embajadores y ejecutivos de sus corporaciones miembro internacionales, proporciona lugares para el intercambio sincero, pero informal, de ideas e información, y permite discusiones de alto nivel en un grupo más pequeño.

En octubre de 2018, el Embajador Oris de Roa fue orador principal en un almuerzo que contó con la presencia de altos ejecutivos de: Bank of America Lynch, BMW of North America, Boston Scientific, The Coca Cola Company, Fluor, General Mills, Mars, Inc.; McGuire Woods Consulting, Oracle, Pernod Ricard, USA, Personal Care Products Council, y Viacom.

Computing Technology Industry Association - CompTIA-

CompTIA es la mayor asociación de empresas de tecnología sobre la base de distintas verticales: Inteligencia Artificial, Big Data, Blockchain, Negocios, Cloud, Ciberseguridad, Internet de las cosas, Smart Cities, Realidad Virtual y Aumentada, entre otros. Con más de 2500 empresas miembros, la Asociación nace en el seno de la U.S. Chamber, pero a finales de la década del 2000 CompTIA se constituye como un espacio independiente para atender la demanda de las empresas del sector. Las empresas que reúnen generan ingresos por US\$ 5.000 miles de millones al año y realiza diversas actividades que van desde la educación, certificaciones, filantropía, inteligencia de mercado, defensa de los intereses del ecosistema, búsqueda de oportunidades comerciales, entre otros. Durante el año 2019 se realizó junto a la Asociación una jornada llamada "Reverse Industry Day", donde empresas argentinas y estadounidenses intercambiaron sobre el estado de la industria y la búsqueda de oportunidades comerciales. Actualmente, la Embajada se encuentra a la espera de respuesta de la Organización para acceder a recursos (informes de mercado, inteligencia) de manera gratuita.

Software and Information Industry Association-SIIIA-

La Software and Information Industry Association (SIIA) es la principal asociación nacional en material de software y contenido digital. La asociación, provee servicios a nivel global en materia de relaciones de gobierno, desarrollo de negocios, educación corporativa y protección de los derechos de propiedad intelectual a sus compañías. La misión principal de la Asociación consiste en promover, proteger e informar a la industria. Los miembros son principalmente empresas que desarrollan software, contenido, editores y distribuidores de software. Las subsidiarias de estas empresas también son parte de la Asociación. Durante el 2019, la SIIA y la CESSI suscribieron un acuerdo de cooperación e intercambio de información intra-industrial. Se prevé para el año 2020 continuar desarrollando la relación para la identificación de oportunidades comerciales

The Entertainment Software Association- The Esa-

La Asociación nuclea grandes empresas como 505 Games, Microsoft, Warner Bros, Xseed Games, Bethesda, Nintendo, Nvidia Corporation, entre otros y tiene como socios a la Academy of Interactive Arts & Science, Esa Foundation, Entertainment Software Rating Board, International Game

Developers Association y el NPD Group. La Asociación tiene representantes en diversos países del mundo, con representantes comerciales en Brasil, Chile, Colombia y Argentina.

El mercado de videojuegos de Estados Unidos, es una industria en continuo crecimiento, siendo que en el año 2018 los consumidores gastaron más de US\$ 43.4 miles de millones con una participación sobre el total mundial del 50%. Las principales categorías, de ventas son contenido (80%), hardware (13%) y accesorios (7%). En los Estados Unidos hay 2.711 compañías de videojuegos distribuidos en los 50 estados del país. El 99,7% de las compañías son pequeñas empresas y el 94,5% son creadas en el territorio del país. La industria emplea 220,000 personas.

Durante el año 2019 se visitó la sede y se prevé realizar una reunión en enero anticipando un viaje a la Argentina de uno de los Consejeros de la Asociación, especializado en el área de propiedad intelectual, Sr. Jason Jeffreys.

Northern Virginia Technology Council-NVTC-

Consejo de comercio del ecosistema de tecnología del área de Virginia del Norte, reúne cerca de 1.000 compañías y organizaciones, incluyendo no sólo a las empresas del sector de tecnología y proveedores de servicios sino también universidades, organizaciones sin fines de lucro e incluso Embajadas de otros países. El ecosistema de tecnología del área incluye no sólo compañías de tecnología, sino también proveedores de servicios, instituciones académicas, agencias de desarrollo económico, incubadoras y aceleradoras. En el año 2019, junto al Fairfax Economic Development Authority se realize una tarde de presentaciones y networking entre empresas del ecosistema y empresas argentinas que participaron de la misión comercial.

Fairfax Economic Development Authority- FEDA-

La Agencia de Desarrollo Económico de Fairfax se dedica al desarrollo de negocios y empresas de todos los tamaños, con un trasfondo de gran diversidad ya que la región tiene oficinas comerciales en Bangalore, Berlín, Londres, Los Ángeles, Mumbai, Seúl y Tel Aviv, por lo cual posee diversos contactos internacionales en el área de tecnología.

Asimismo, en el condado de Fairfax se encuentran las casas centrales de diversas compañías dentro de la lista de Fortune 500 como por ejemplo Capital One, Booz Allen Hamilton, DXC Technology, NVR y Hilton. El FEDC ofrece servicios de asesoría y consultoría gratuita para aquellas empresas que buscan expandir sus negocios dentro del condado.

Junto al FEDA y el NVTC se realizó en octubre una reunión de networking e intercambio entre empresas argentinas de base tecnológica y las empresas del ecosistema del corredor tecnológico de Dulles. En dicha ocasión, el FEDA realizó una presentación sobre las condiciones para el establecimiento, impuestos de negocios y oportunidades dentro de las principales industrias, a saber dentro de Tecnologías de la Información (Cloud, Ciberseguridad, Data Analytics, Media Digital y Software), ciencias de la vida, compras de gobierno y defensa y servicios financieros.

Asimismo, en ocasión de la reunión algunas empresas presentes en el ecosistema contaron su experiencia: TechNotch Solutions, Merlin International, Accure Al y Virid y luego se realizó una

sesión de networking.

Principales ferias en la jurisdicción

Satellite Exhibition 2020

Sector: Industria satelital y telecomunicaciones

Ciudad: Washington D.C.

Fechas: 9 al 12 de marzo de 2020 Web: https://www.satshow.com/

Pack Expo East

Sector: Empaque Ciudad: Filadelfia

Fechas: 3 al 5 de marzo de 2020

Web: https://www.packexpoeast.com/

Natural Products Expo East 2020

Sector: Orgánicos y Naturales

Ciudad: Filadelfia

Fechas: 23 al 26 de diciembre de 2020

Web: https://www.expoeast.com/en/home.html

Datos de Contacto Sección Económica Comercial de la Embajada

Embajada de la República Argentina

Sección Económica y Comercial

1600 New Hampshire Ave. NW

Washington DC 20009

Tel (202) 238-6407/6413

Fax (202) 238-6447

e-mail: econargusa@embassyofargentina.us

website: http://www.embassyofargentina.us

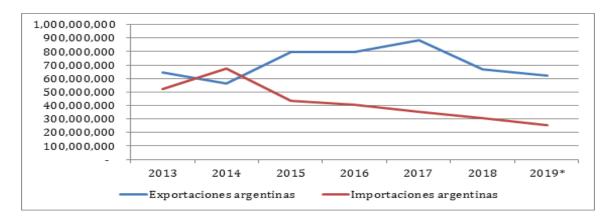
Jurisdicción: Delaware, District of Columbia, Maryland, North Carolina, Pennsylvania, Virginia y West Virginia.

8. Guía de Negocios Consulado General y Centro de Promoción en Nueva York

Relación comercial bilateral con los Estados comprendidos en la jurisdicción.

En términos generales, el comercio bilateral de la Argentina con los Estados que forman parte de la jurisdicción que cubre este Consulado (New York, New Jersey, Massachusetts, Connecticut, New Hampshire, Maine, Rhode Island y Vermont) suele ser positivo para nuestro país. A continuación, se adjunta un cuadro estadístico representativo:

Balanza Comercial Bilateral - Argentina - Jurisdicción CNYOR (USD - totales)							
	2013	2014	2015	2016	2017	2018	Ene-ago 2019
Exportaciones argentinas	644,399,061	565,846,234	798,671,844	799,431,736	884,065,695	666,041,505	619,050,017
Importaciones argentinas	521,364,877	676,464,952	435,534,898	404,974,595	351,301,989	307,504,340	253,263,800
Total	123,034,184	110,618,718	363,136,946	394,457,141	532,763,706	358,537,165	365,786,217



Fuente: https://usatrade.census.gov/

Respecto de la composición del comercio bilateral, siempre tomando como base los Estados que conforman la jurisdicción consular, se observa que en términos generales la Argentina es exportadora de alimentos, bebidas; y de químicos y combustibles minerales en segundo lugar.

Por su parte, nuestro país es importador —en términos generales- de productos industriales, farmacéuticos, entre otros de diversa índole. Estos aspectos, se puede observar en los cuadros de la siguiente página.

Asimismo, resulta importante destacar que la Argentina es un importante exportador a los Estados Unidos de servicios basados en conocimiento, en particular software y servicios de consultoría. Se estima que las exportaciones anuales de servicios a los EE.UU. rondan los USD 800 millones.

Por último, otro factor relevante de ingreso de divisas está dado por los 480.338 de turistas estadounidenses y de Canadá que visitaron nuestro país en 2018.

Principales Capítulos de Exportación de la Argentina a la Jurisdicción (2018 - USD)

Capítulo	Descripción	En dólares
29	Químicos orgánicos	122.094.608
22	Bebidas alcohólicas, vinagres	121.206.250
20	Preparaciones de legumbres u hortalizas de frutos o demás, partes de plantas	75.599.182
27	Combustibles minerales, aceites minerales y productos de su destilación; materias bituminosas; ceras	59.557.512
03	Pescados y crustáceos, moluscos y demás invertebrados acuáticos	58.428.497
35	Materias albuminoideas, productos a base de almidón o fécula, colas, enzimas	32.613.654
41	Pieles (excepto la peletería) y cueros	19.216.602
33	Aceites esenciales, resinas, preparaciones de cosméticos, perfumes	18,983.294
09	Café, té, mate y especias	11.547.462

84	Reactores, maquinaria, aparatos y sus partes	10.242.751
17	Azúcares y artículos de confitería	9.753.633
10	Cereales	9.361.365
	Subtotal	548.604.810
	Otros	117.436.695
	TOTAL	666.041.505

Fuente: Departamento de Comercio de los EEUU, Agosto/2019

Principales Capítulos de Importación de la Argentina desde la Jurisdicción

(2018 – USD)

Capítulo	Descripción	En dólares
84	Reactores nucleares, calderas, maquinaria, Partes, etc.	72.949.999
90	Instrumentos ópticos, fotográficos, médicos o quirúrgicos, etc.	44.814.657
85	Maquinaria eléctrica, etc. Equipo de sonido, Equipos de TV	29.317.380
38	Productos misceláneos de la industria química	22.112.544
30	Productos farmacéuticos	15.331.097
33	Aceites esenciales. Perfumería, Cosmética, Etc.	15.303.871
39	Plásticos y sus productos	14.802.288
29	Químicos orgánicos	11.026.793

33	Aceites esenciales, perfumería, cosmética, preparaciones	17.667.003
97	Obras de arte, piezas de colección y antigüedades	9.905.603
71	Perlas, Piedras Preciosas y Monedas	5.186.937
28	Metales extraños y material radioactivo	4,504,163
34	Jabón, Ceras, Velas y Preparaciones Dentales	3.802.085
	Subtotal	266.724.420
	Otros	40.779.920
	TOTAL	307.504.340

Fuente: Departamento de Comercio de los EEUU, Agosto/2019

<u>Características del mercado regional.</u>

El Consulado General y Centro de Promoción de la República Argentina en Nueva York tiene como jurisdicción los estados de: Nueva York, Nueva Jersey, Connecticut, Massachusetts, Vermont, New Hampshire, Maine y Rhode Island, lo que configura una superficie de 322.886 km2.

Desde el punto de vista del ingreso y del consumo, el noreste de los Estados Unidos constituye una de las regiones del país con mayor dinamismo e ingresos más elevados. La presencia de puertos y aduanas de importancia hace que sea también la puerta de ingreso de productos que luego son distribuidos a otras zonas de los Estados Unidos. En conjunto, la jurisdicción tiene una población similar a la de la Argentina, con cerca de **40 millones** de personas.

De toda la jurisdicción, se destacan por su ingreso y actividad comercial los Estados de Nueva York, Nueva Jersey y Massachusetts. El PBI combinado de estos tres estados (**USD 2.868.456 millones**) representa cerca del 83% del PBI de toda la jurisdicción.

Información en detalle puede ser observada a través del siguiente cuadro:

State	GDP Rank	GDP (in millions \$)	% of USA	GDP Growth 2018	Population 2018	Population rank
New York	3	1,676,350	8.20%	2.10%	19,542,209	4
New Jersey	8	624,852	3.00%	2.00%	8,908,520	11
Massachusetts	10	567,254	2.80%	2.70%	6,902,149	15
Connecticut	23	274,179	1.30%	1.00%	3,572,66	29
New Hampshire	39	84,712	0.40%	2.20%	1,356,458	41
Maine	43	64,351	0.30%	1.90%	1,338,404	42
Rhode Island	44	61,021	0.30%	0.60%	1,057,315	44
Vermont	50	33,725	0.20%	1.20%	626,299	49
TOTAL		3,386,444			39,731,354	

Fuente: The Bureau of Economic Analysis of the United States, Department of Commerce

Empresas destacadas en la región

En el mercado estadounidense se distinguen varias regiones, y Nueva York es una de ellas, donde existe una importante presencia de empresas destacadas a nivel internacional. La mayoría de las empresas "Top Fortune 500" tienen sus oficinas en NY. Se adjunta, a modo indicativo, un listado de las primeras 24.

Entre los sectores de mayor preponderancia sobresalen el financiero, el de servicios y comunicaciones, así como el químico que abarcan la mayoría de los negocios.

1. Verizon (sector: comunicaciones)

2. JPMorgan (sector: finanzas)

3. MetLife (sector: seguros)

4. Citigroup (sector: finanzas)

5. American International Group Inc. (sector: seguros)

6. Pfizer (sector: farmacéutico)

7. INTL FCStone Inc (sector: finanzas)

8. Goldman Sachs (sector: finanzas)

9. Morgan Stanley (sector: finanzas)

10. Twenty-First Century Fox (sector: servicios/Media)

11. Philip Morris International (sector: tabacalero)

12. American Express (sector: finanzas)

13. Time Warner Inc. (sector: conglomerado de medios)

14. The Travelers Companies (sector: seguros)

15. Alcoa Inc. (sector: aluminio)

16. Hess Corporation (sector: energía)

17. Icahn Enterprises L.P. (conglomerado industrial)

18. Colgate-Palmolive (sector: productos de consume masivo)

19. Bristol-Myers Squibb Company (sector: farmacéutico)

20. CBS Corporation (sector: conglomerado de medios)

21. Loews Corporation (sector: finanzas)

22. The Bank of New York Mellon (sector: finanzas)

23. Omnicom Group Inc. (sector: marketing, comunicaciones, etc.)

24. Viacom Inc. (sector: conglomerado de medios)

Cómo exportar a la región.

La exportación de productos a los Estados Unidos debe cumplir con una serie de requisitos aduaneros y aprobaciones por parte de agencias reguladoras locales. Es por ello, que un primer paso lógico es consultar aquellas limitaciones (aranceles, cuotas, sanitarias, fitosanitarias, etc.) que pudieran afectar la exportación del producto en cuestión.

Un segundo paso lógico sería comprobar la competitividad precio/calidad del producto/servicio con sus similares de otras marcas que ya se ofrezcan en el mercado. En términos generales, los productos/servicios nuevos —a fin de generar interés del consumidor- deben ser ofrecidos a precios más competitivos que aquellos que ya se encuentran en el mercado con una marca establecida y reconocida localmente. O bien, deben poseer características sobresalientes y distintivas que permitan atraer a la demanda.

En dicho marco, este Consulado entiende que la participación en ferias comerciales que se realizan en el mercado local resulta una muy buena oportunidad a la hora de dar a conocer los productos y servicios de las empresas argentinas, así como para entrar en contacto con importadores y distribuidores locales.

En el mercado estadounidense prevalecen ciertos valores que favorecen una demanda consistente: 1) el reconocimiento del producto/servicio, lo que se logra con una representación local, 2) la consistencia en la calidad a lo largo del tiempo, 3) el servicio post venta que genera confianza y credibilidad en la oferta.

Cómo instalarse en la región.

Los siguientes son los principales temas que un inversor extranjero debe considerar antes de comenzar a hacer negocios en los Estados Unidos:

Inmigración. Para trabajar en los Estados Unidos, por lo general, se necesita una visa y/o permiso de trabajo. Existe una gran variedad de programas de visas que están disponibles dependiendo de cada caso particular. Es muy importante incluir el "pre-immigration planning" como parte del plan de negocios de cualquier inversión.

Impuestos. Como parte de la estrategia comercial, antes de llevar adelante una inversión, hay que realizar un análisis de las cuestiones impositivas/regulatorias que puedan afectar la inversión tanto a nivel federal como estadual y municipal.

Vehículos de inversión. Presencia. Vinculado con el punto anterior, también hay que analizar detenidamente la posibilidad de formar un vehículo de inversión tal como puede ser una sociedad de responsabilidad limitada (Limited Liability Company) o una sociedad anónima (Corporation), y el lugar de su incorporación. A su vez, habrá que determinar la conveniencia de contar o no con una oficina o establecimiento en los Estados Unidos, sobre todo al inicio del negocio.

Empleados. La contratación de empleados en los Estados Unidos debe cumplir también con

regulaciones federales estaduales y municipales.

Propiedad intelectual. Es importante tener en cuenta que en los Estados Unidos la protección de

marcas es territorial, y que una marca en uso que no está debidamente registrada tiene prioridad sobre una solicitud de registro de marca nueva. Antes de registrar o empezar a usar una marca

nueva siempre es conveniente realizar búsquedas de antecedentes marcarios.

Para esto se debe contactar un experto local o consultar la página web del "US Patent and

Trademark Office": https://www.uspto.gov/

Compra de inmuebles. Es muy importante analizar los riesgos y las consecuencias fiscales de

adquirir un inmueble a título personal "versus" a través de un vehículo de inversión o una estructura

fiduciaria.

Cámaras sectoriales y de comercio destacadas en la región.

No existe una Cámara bilateral en funcionamiento en la región. Este aspecto puede ser suplantado

en alguna medida a través de Cámaras hispanas relacionadas o bien al Estado de New York o bien al

Estado de New Jersey.

New Jersey: https://shccnj.org/

New York: https://hispanicchamber.nyc/

Más allá de lo antes manifestado, cabe mencionarse que en New York existe la Asociación de

Abogados Argentinos de Nueva York, cuya dirección de correo electrónico es: Info@alaony.org

Esta Asociación es una entidad independiente y sin fines de lucro, oficialmente creada en el año

2018 que reúne a los abogados argentinos que trabajan en el estado de Nueva York y en otros estados de los Estados Unidos. La Asociación no presta asesoramiento legal, pero podrá facilitar, sin

compromiso alguno y sin asumir ningún tipo de responsabilidad, la presentación e introducción de

profesionales expertos en cada área que corresponde a aquellos inversores que estuvieran

interesados en diversos aspectos comerciales empresariales y de inversión en los EE.UU.

Principales ferias en la jurisdicción

Seafood Expo North-America

Sector: Productos de mar

Ciudad: Boston

Descripción: Feria de pesca más relevante de los EE.UU.

Web: https://www.seafoodexpo.com/north-america/

65

International Contemporary Furniture Show (ICFF)

Sector: Diseño

Ciudad: Nueva York

Descripción: Feria de muebles líder en la costa noreste de los EE.UU.

Web: https://www.icff.com/

Summer Fancy Food

Sector: Productos y alimentos gourmet

Ciudad: Nueva York

Descripción: Feria de alimentos gourmet más relevante de la costa noreste de los EE.UU.

Web: https://www.specialtyfood.com/shows-events/summer-fancy-food-show/

BIO CEO & Investor Conference

Sector: Inversiones / Biotecnología

Ciudad: Nueva York

Descripción: Conferencia de inversiones en start-ups y empresas de biotecnología

Web: https://www.bio.org/events/bio-ceo-investor-conference

Digital Agency / Expo Agencias

Sector: Marketing digital

Ciudad: Nueva York

Descripción: Conferencia de marketing digital

Web: https://digitalagencyexpo.com/

Vinexpo New York

Sector: Vinos

Ciudad: Nueva York

Descripción: Feria de vinos

Web: https://www.vinexponewyork.com

New York Teck Day

Sector: Software / IT Ciudad: Nueva York

Descripción: Conferencia destinada a start-ups del sector IT

Web: https://techdayhq.com/new-york

Kosherfest

Sector: Productos Kosher

Ciudad: New Jersey

Descripción: Se trata de la única feria de productos kosher de la región noreste de los EE.UU.

Web: https://www.kosherfest.com/

Datos institucionales útiles (contacto del consulado y otras institucionales regionales relevantes).

Página web: https://cnyor.cancilleria.gob.ar/

Correo electrónico departamento comercial: cnyor-comercial@mrecic.gov.ar

Teléfono: +1 212 603 0401.

9. Guía de Negocios Consulado General en Atlanta

Relación comercial bilateral con los Estados comprendidos en la jurisdicción.

En los próximos párrafos se detalla la relación bilateral comercial con los estados del sudeste de los EEUU: Georgia (GA), Tennessee (TN), Alabama (AL), South Carolina (SC), Mississippi (MS) y Kentucky (KY).

La República Argentina exportó en el 2018 U\$s257.493.818 al sudeste de los EEUU. Los productos más importantes exportados a la región son: alambre de aluminio, pescados, biodiesel, maní, productos de origen animal, frutas y bebidas. Se destaca que los Estados de Georgia y Alabama son los estados que más productos de argentinos reciben.

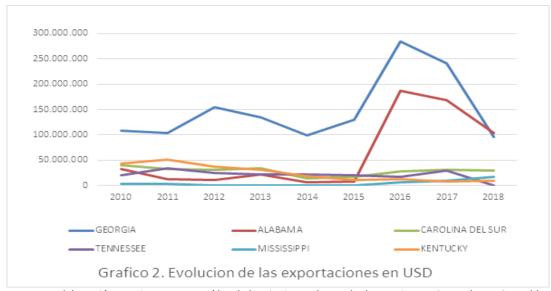
Con respecto al Biodiesel, se destaca que desde abril de 2018, se impusieron aranceles que promedian el 74%, dicha situación afectó las exportaciones argentinas a la jurisdicción. Cabe recordar que las exportaciones argentinas de biodiesel a los EEUU alcanzaban, previo a la aplicación de los derechos antidumping y compensatorios, un monto de aproximadamente 1.500 millones de dólares por año, lo que representaba en 2016 el 25% del valor de las exportaciones de nuestro país a EEUU .

Exportaciones argentinas a la jurisdicción

EXPORTACIONES ARGENTINAS A LA JURISDICCION (US\$)						
ESTADOS	AÑOS					
	2014	2015	2016	2017	2018	
GEORGIA	99,324,283	130,691,111	285,187,760	241,599,420	96,277,413	
ALABAMA	5,884,874	8,375,247	186,871,869	168,243,307	103,081,735	
CAROLINA DEL SUR	14,290,949	17,620,779	27,424,095	30,730,907	29,407,941	
TENNESSEE	21,925,612	19,875,374	17,315,343	30,303,777	874,421	
MISSISSIPPI	920,410	761,098	5,912,658	9,443,578	17,791,523	
KENTUCKY	19,503,192	11,464,051	12,217,770	7,487,988	10,058,767	
TOTAL	161,851,334	188,789,675	534,931,511	487,810,994	257,493,818	

Fuente: Elaboración propia- Datos extraídos de las siguientes bases de datos: Piers - USA Trade - IBIS World

Evolución de las exportaciones en USD 2010-2018



Fuente: Elaboración propia- Datos extraídos de las siguientes bases de datos: Piers - USA Trade - IBIS World

GEORGIA ALABAMA CAROLINA DEL SUR TENNESSEE MISSISSIPPI KENTUCKY

Grafico 3. Participacion de exportaciones en USD, año 2017

Fuente: Elaboración propia- Datos extraídos de las siguientes bases de datos: Piers - USA Trade - IBIS World

Exportaciones Argentinas Totales a la Jurisdicción por Capitulos – años 2015 al 2018

Capítulo	Descripción	2015 En dólares	2016 En dólares	2017 En dólares	2018 En dólares
38	Productos diversos de las industrias químicas.	57.722.679	153.096.311	147.499.148	821.941
38.26	Biodiésel y sus mezclas, sin aceites de petróleo o de mineral bituminoso	54.938.988	147.122.096	146.967.120	
76	Aluminio y sus manufacturas.		17.609.059	20.534.662	17.013.000
15	Grasas y aceites animales o vegetales	9.939.298	25.220.871	17.023.485	15.055.579
15.08	Aceite de maní	9.669.540	25.125.518	17.023.485	13.424.993
17	Azúcares y artículos de confitería	14.677.811	31.094.438	13.748.504	13.424.993

17.01	Azúcar de caña o de remolacha y sacarosa	12.491.776	29.849.134	13.727.494	12.465.142
3	Pescados y crustáceos, moluscos y demás invertebrados acuáticos	17.984.631	15.862.877	12.772.965	11.789.548
3.04	Filetes y demás carne de pescado	14.527.744	13.171.822	10.961.690	11.789.548
9	Café, té, yerba mate y especias.	10.444.502	9.686.428	7.125.602	7.170.961
20	Preparaciones de hortalizas, frutas u otros frutos	2.763.201	5.686.931	5.371.846	4.967.408
22	Bebidas, líquidos alcohólicos y vinagre	3.421.370	2.519.447	3.213.954	2.728.695
39	Plástico y sus manufacturas	1.406.079	2.904.559	3.147.565	2.152.320
39.07	Poliacetales, los demás poliéteres y resinas epoxi	457.21	2.890.459	3.102.541	1.787.481
12	Semillas y frutos oleaginosos	427.55	2.296.975	3.099.748	1.402.063
3.03	Pescado congelado, excepto los filetes y demás carne de pescado de la partida 03.04.	104240149	2.020.071	1.424.438	1.402.063
44	Madera, carbón vegetal y manufacturas de madera	496.767	769.983	715.371	1.286.828
44.09	Madera perfilada longitudinalmente	150.941	461.529	605.296	907.298
44.09.10	Madera. De coníferas	139.972	461.529	605.296	69.287

	TOTAL	319.935.094	489.586.449	429.364.084	119.671.731
17.04	Artículos de confitería sin cacao	2.186.035	1.245.304	21.01	
40	Caucho y sus manufacturas	1.536.942	1.008.338	296.816	4.376
98	Clasificación especial	1.108.193	728.074	394.957	8.207

<u>Características del mercado regional.</u>

<u>Georgia:</u> Se destaca el aumento de las exportaciones argentinas a partir del 2015. Los principales productos exportados desde Argentina a Georgia son los siguientes: **biodiesel, alambre de aluminio, aceite de maní, caña de azúcar y pescados**.

El estado de Georgia cuenta con una dirección de Comercio Internacional dentro del Departamento de Desarrollo Económico de Georgia (GDEcD), el cual proporciona a los exportadores de Georgia una visión global y conexiones para aumentar sus oportunidades comerciales internacionales. Georgia cuenta con representantes internacionales del estado ubicados en 12 mercados: Brasil, Canadá, Chile, China, Colombia, Europa, Israel, Japón, Corea, México, Perú y el Reino Unido e Irlanda. En 2018, el 60% de las exportaciones de Georgia estuvieron dirigidas a los mercados donde el estado posee representación internacional, superando los \$ 139.3 mil millones de dólares.

A continuación se destacan los **principales productos que exporta el Estado de Georgia**: motores y partes de aeronaves, Motores de vehículos, papel y cartón, pulpa de celulosa, turbo jets, carne de aves, instrumentos médicos, dispositivos de comunicación y tractores.

A continuación se destacan los **principales productos que importa el Estado de Georgia**: Motores y partes de vehículos, computadoras y partes, medicamentos, preparaciones alimenticias, maquinaria para construcción, muebles, dispositivos de comunicación, aeronaves. Para mayor información se sugiere la visita a la web oficial del Estado de Georgia: https://www.georgia.org/international/trade

<u>Atlanta</u>: Atlanta, es la ciudad más importante del sudeste de los EEUU. En las últimas dos décadas, Atlanta ha experimentado un crecimiento sin precedentes. La población oficial se mantiene estable, alrededor de 420.000, pero la población en metro Atlanta ha crecido en la última década casi un 40%, de 2.9 millones a 4.1 millones de personas. Esto se debe al crecimiento desde el centro de la ciudad hacia Midtown, Buckhead y los distritos comerciales del perímetro exterior (borde I-285).

La ciudad de Atlanta es hogar de más de 70 consulados, 40 cámaras de comercio binacionales y más de 2.700 negocios internacionales.

La ciudad de Atlanta, al igual que el resto de las ciudades de la jurisdicción solicita una serie de permisos para poder realizar negocios en la ciudad. Se recomienda, estudiar con profundidad los permisos solicitados ANTES de comenzar a realizar negocios en la jurisdicción.

Es requisito poseer una licencia para operar un negocio dentro de los límites de Atlanta. En el siguiente link encontrará información sobre cómo realizar el pedido de licencias: https://www.atlantaga.gov/government/departments/finance/revenue/applying-for-a-business-license



Fuente: Elaboración propia en base a datos extraídos de las siguientes bases de datos: Piers - USA Trade - IBIS World - 2018

ATLANTA BY THE NUMBERS



Fuente: City of Atlanta – Año 2019

El sitio web oficial de Atlanta, es muy completo y abarcativo. Se recomienda la lectura del siguiente link: https://www.atlantaga.gov/doing-business/how-to-start-your-own-business

Préstamos e incentivos en Atlanta

La ciudad de Atlanta tiene una serie de oportunidades de financiamiento disponibles para quienes deseen realizar negocios. Muchas de estas oportunidades se brindan a través de Invest Atlanta², una de las agencias de desarrollo comercial de la Ciudad.

Atlanta Beltline

Atlanta BeltLine representa una oportunidad de desarrollo económico para la ciudad de Atlanta. Cuenta con programas de incentivos, desarrolladores locales, start ups, y oportunidades de negocios.

Startup Atlanta

Es una comunidad sin fines de lucro enfocada en conectar, hacer crecer y promover el ecosistema de inicio de Metro Atlanta. Anualmente publica la Guía del ecosistema de startup, organiza los premios de startup de Atlanta, así como los rastreos de startup trimestrales, y promueve actividades en toda la región del sudeste.

Costo de vida en Atlanta

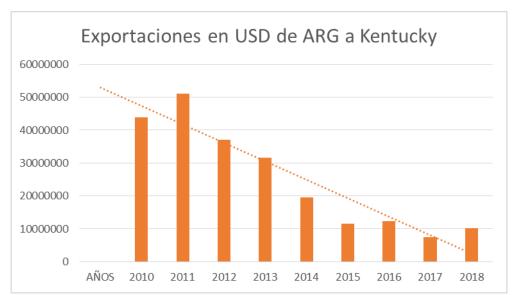
El costo de vida en Atlanta es uno de los más económicos de los EEUU, lo que permite una ubicación rápida y efectiva para quienes vienen de otros países a realizar negocios en Georgia.

Kentucky: El estado de Kentucky es reconocido como la capital de la industria equina en los EEUU. Actualmente la industria equina ocupa el puesto número 12 en el ranking de exportaciones del estado, con un valor de \$256 M. en exportaciones en el 2018. Kentucky cuenta con representantes internacionales del estado ubicados en Japón y Alemania. En el 2018 el valor de exportaciones alcanzo un total de \$31.8 B. cuyos principales destinos fueron Canadá, Francia, Reino Unido, Brasil y México. Con respecto a Argentina el producto más importante que exporta hacia Kentucky son los **equinos**. Asimismo, se **exporta alimentos, maderas y bebidas.**

A continuación, se destacan los principales productos que importa el Estado de Kentucky: medicamentos, productos inmunológicos, turbo jets, maquinaria para reactores nucleares, combustibles y suero inmunológico.

² Invest Atlanta: https://www.investatlanta.com/

³ Fuente: https://www.thinkkentucky.com/International/Exports.aspx

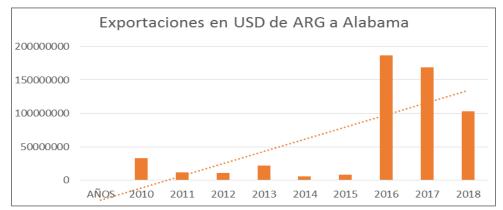


Fuente: Elaboración propia en base a datos extraídos de las Bases de Datos Piers - USA Trade - IBIS World

<u>Alabama:</u> En la actualidad más de 425 compañías extranjeras provenientes de 30 naciones operan en el estado de Alabama. En el 2018 el valor de exportaciones alcanzo un total de \$21.3 B. Alabama cuenta con representantes internacionales del estado ubicados en Europa, China, Japón y Corea del Sur.

Argentina fue el tercer socio comercial más importante de Alabama en Sudamérica. Las importaciones de Alabama fueron de \$ 112 millones y exportaciones por \$ 162 millones, en sectores como tecnología médica y proveedores de servicios para la industria del petróleo y el gas, entre otros⁴. Los productos que Argentina exporta a Alabama son los siguientes: **productos de origen animal, vegetales, frutas, café, azúcar, cuero, papel, plástico, aluminio, vinos y químicos.**

A continuación, se destacan los principales productos que exporta el Estado de Alabama: equipos de transporte, vehículos motorizados, químicos, minerales y metales, papel, maquinaria no eléctrica.



Fuente: Elaboración propia en base a datos extraídos de las siguientes bases de datos: Piers - USA Trade - IBIS World

_

⁴ Fuente: <u>https://ar.usembassy.gov/alabama-trade-mission-visits-argentina/</u>

Tennessee:

Tennessee cuenta con representantes internacionales del estado ubicados en Japón, Corea del Sur, China, Países Bajos, Alemania, Italia y Reino Unido. Tennessee es un estado sin impuesto sobre la renta personal o sobre los salarios. Sus cargas impositivas estatales y locales son relativamente más bajas que el resto de los estados de la jurisdicción.

Argentina se encuentra en el puesto número 22 de los países a los que más exporta el estado de Tennessee (197 millones de dólares en el 2017) mientras que Argentina logró exportar un total de 18 millones de dólares a ese estado. Argentina exporta los siguientes productos al estado de Tennessee: metal, goma, cuero, piel, farmacéuticos, arcilla, bebidas y granos.

Por su parte, los principales productos que exporta el Estado de Tennessee: Aparatos e instrumentos médicos y quirúrgicos, Aeronaves, partes y motores, Vehículos, Algodón, Whiskey y Teléfonos celulares.

A continuación, se destacan los principales productos que importa el Estado de Tennessee⁶: medicamentos, teléfonos celulares, vehículos, cajas de cambio para vehículos, productos inmunológicos, monitores

	Valor en importación ARG hacia TN (USD)						
Producto (NAICS)	2015	2016	2017	2018	2019 hasta Octubre		
3329 Otros productos metálicos	\$7,107,382	\$6,733,785	\$11,502,448	\$9,770,936	\$10,408,368		
3262 Goma	\$426,097	\$3,310,905	\$105,757	\$5,300,429	\$8,322,349		
9800 Bienes devueltos (exportaciones solo para Canadá)	\$267,958	\$705,092	\$760,082	\$15,442,020	\$3,475,060		
3271 Arcilla y productos refractarios	\$7,785,186	\$4,699,638	\$3,133,916	\$3,631,792	\$1,952,542		
3161 Curtido de cuero y piel	\$696,477	\$496,436	\$542,299	\$541,740	\$436,758		
3112 Productos de molienda de granos y oleaginosas			\$2,532		\$436,299		
3254 Farmacéuticos y medicamentos		\$4,248			\$345,401		
3315 Fundiciones					\$298,592		
3121 Bebidas	\$527,633	\$688,321	\$554,543	\$543,270	\$238,138		
3322 Cubiertos y Herramientas Manuales			\$18,717	\$111,525	\$145,625		

⁵ Fuente: https://globaledge.msu.edu/states/tennessee/tradestats

⁶ Fuente: https://www.census.gov/foreign-trade/statistics/state/data/imports/tn.html

Otros	\$3,064,641	\$676,918	\$1,145,993	\$2,477,029	\$583,012
Todos	\$19,875,374	\$17,315,343	\$17,766,287	\$37,818,741	\$26,642,144

Fuente: Tennessee Department of Economic and Community Development - Center for Economic Research in Tennessee (CERT)

	Valor en exportación TN hacia ARG (USD)						
Producto (NAICS)	2015	2016	2017	2018	2019 hasta Octubre		
3391 Equipos y suministros médicos	\$22,686,785	\$21,814,585	\$28,131,932	\$25,981,833	\$112,040,727		
3345 Instrumentos de navegación / medición / médico /	\$7,194,941	\$8,068,367	\$9,610,207	\$9,920,144	\$46,802,711		
3341 Equipo de computación	\$25,100,510	\$26,735,552	\$41,620,762	\$23,868,862	\$24,176,239		
3252 Resina, caucho sintético, fibras / filamentos artificiales y sintéticos	\$3,219,127	\$1,829,337	\$2,134,265	\$15,985,872	\$19,830,507		
3251 Químicos Básicos	\$29,359,110	\$16,040,994	\$17,756,324	\$15,898,346	\$16,048,139		
3254 Farmacéuticos y medicamentos	\$7,445,233	\$9,217,165	\$11,877,074	\$10,099,843	\$15,038,915		
3363 Partes de vehículos	\$6,073,707	\$10,039,974	\$13,122,965	\$11,311,823	\$8,949,084		
3329 Otros productos metálicos	\$3,744,503	\$2,595,876	\$1,711,275	\$3,259,037	\$4,809,254		
3119 Alimentos, Nesoi	\$5,157,053	\$8,270,306	\$14,673,451	\$14,133,233	\$4,729,305		
3256 Jabones, Compuestos de limpieza y preparaciones de tocador	\$2,114,219	\$1,774,422	\$2,321,155	\$2,775,973	\$3,084,531		
Otros	\$62,721,073	\$51,449,589	\$53,696,010	\$103,476,73 8	\$22,817,561		
Todos	\$174,816,261	\$157,836,16 7	\$196,655,420	\$236,711,70 4	\$278,326,973		

Fuente: Tennessee Department of Economic and Community Development - Center for Economic Research in Tennessee (CERT)

<u>Carolina del Sur:</u> En el 2017 el estado de Carolina del Sur exportó un total de 207 millones de dólares a Argentina mientras que importo un total de 31 millones de dólares. ⁷ Los principales productos que Argentina exporta a Carolina del Sur son: **productos de origen animal, frutas, café, nueces, semillas, azúcar, neumáticos y alimentos**.

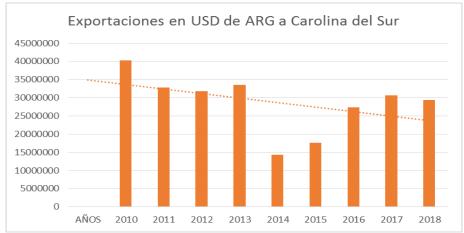
Por su parte, los principales productos que exporta el Estado de Carolina del Sur son: aeronaves, partes y motores, vehículos, cajas de cambio, partes y accesorios para vehículos, neumáticos, pasta

_

⁷ Fuente: https://www.census.gov/foreign-trade/statistics/state/data/imports/sc.html

celulosa y turbinas de gas.

A continuación, se destacan los principales productos que importa el Estado de Carolina del Sur: uranio, cajas de cambio, partes y accesorios para vehículos, motores, neumáticos, partes de aeronaves y café.



Fuente: Elaboración propia en base a datos extraídos de las siguientes bases de datos: Piers - USA Trade - IBIS World

Mississippi

Los principales productos que exporta el Estado de Mississippi son: gasolina y betún mineral, pigmentos (80% Oxido de Titanio), algodón, pasta celulosa, instrumentos quirúrgicos y agujas médicas. Argentina exporta al Estado de Missisippi: **alimentos y madera.**

A continuación, se destacan los principales productos que importa el Estado de Mississippi: petróleo y crudo, cajas de cambio para vehículos, maquinaria para recepción, conversión y transmisión de imágenes, articulaciones artificiales, arrabio sin aleación, preparaciones para exámenes de rayos X.



Fuente: Elaboración propia en base a datos extraídos de las siguientes bases de datos: Piers - USA Trade - IBIS World

Empresas destacadas en la región y productos con potencial.

Georgia:

- 1. Home Depot
- 2. Coca Cola
- 3. UPS
- 4. Delta Air Lines
- 5. Southern Company

Asimismo, se destacan que en el estado de Georgia se encuentran los Headquarters de las 500 empresas más importantes del mundo, a destacar: NCR, Invesco, PulteGroup, Global Payments, Agco, Marvel, First Data entre otras. Para más información y listado completo de empresas se sugiere la visita al siguiente link: https://www.georgia.org/industries/headquarters

En Argentina operan las siguientes empresas cuyos Headquarters se encuentran en el estado de Geogia: AGCO Corporation, AJC International, Crawford and Company, Delta Air Lines, Equifax, Inc., Georgia-Pacific, NCR Corporation, The Coca-Cola Company, Travelport, Turner Broadcasting System Inc., UPS.

Mapa de casas matrices en Atlanta



Fuente: Technology Association of Georgia (TAG año 2019)

Con respecto al resto de los estados de la jurisdicción se destaca que en el Estado de Tennessee se encuentran las siguientes compañias: FedEx, HCA Healthcare, International Paper, Dollar General, AutoZone. Por su parte en el Estado de Kentucky, se encuentran las empresas: Humana, Yum! Brands, Brown – Forman, Regional Financial y Vulcan Material.

Productos con potencial para la República Argentina

En relación con los productos con potencial para nuestro país, este Consulado destaca el sector de tecnología con especial énfasis en las siguientes verticales: fintech, logística, aeroespacial, energía, logística, ciberseguridad, información tecnológica y manufactura.

Según un estudio realizado por el "Bureau of Labor Statistics" en junio de 2019 se identificaron 700,000 posiciones de trabajo relacionadas con tecnología sin cubrir. La situación antes mencionada, crea una demanda concreta de trabajo para empresas radicadas en el exterior de los EEUU, generándose así una gran oportunidad para ofrecer servicios basados en el conocimiento desde la República Argentina.

Vertical Fintech

La comunidad de FinTech en el estado de Georgia se remonta a 1987 cuando la Asamblea de Georgia disminuyó las restricciones sobre las tasas de tarjetas de crédito para bancos y operadores de tarjetas de crédito. Hoy en día engloba más de 120 organizaciones de FinTech que van desde procesadores de pagos hasta proveedores de software de análisis de datos y firmas de financiamiento de cuentas por cobrar. La amplitud y profundidad de la oferta de productos se encuentra en ascenso. El estimado de trabajadores de FinTech en el estado de Georgia es de 38.000 y ocupa más del 5% del de la fuerza laboral de servicios profesionales y comerciales del estado.

Vertical Cadena de suministros y logística

Georgia es el centro global de tecnología logística, con una infraestructura que incluye casi 300 compañías dedicadas al desarrollo de tecnologías para gestionar el flujo de materiales, su transformación hacia productos finales, y su entrega al comprador final. La tecnología de la cadena de suministro y logística cubre numerosos elementos del proceso, incluidos el inventario, el transporte, la producción y las adquisiciones y el flujo de información para facilitar estas actividades. Las empresas de Georgia dedicadas a la tecnología logística respaldan a más de 11,000 proveedores de servicios logísticos que operan en todo el estado. Georgia es el duodécimo estado de exportación más grande y el noveno estado de importación más grande de los EE. UU. Convirtiéndolo en un una de las mejores opciones natural para las empresas argentinas que desarrollan tecnología para mejorar la cadena de suministro y el proceso logístico.

Mapa de las Empresas de Logística en Georgia



Fuente: Technology Association of Georgia (TAG año 2019)

Vertical Ciberseguridad

El estado de Georgia fortaleció su posición como líder nacional en ciberseguridad con la apertura en julio de 2018 del Georgia Cyber Center en Augusta. El centro de \$ 100 millones representa la mayor inversión en una instalación de seguridad cibernética realizada por un gobierno estatal hasta la

fecha.

El centro representa una asociación pública / privada que incluye la Universidad de Augusta, el Colegio Técnico de Augusta, las instituciones de investigación del Sistema Universitario de Georgia, la ciudad de Augusta, la Oficina de Investigación de Georgia, el Departamento de Defensa de Georgia, GTA y otros estados, federales y socios del sector privado. Alberga la Escuela de Informática y Ciencias Cibernéticas de la Universidad de Augusta y el Instituto Cibernético.

Ciberseguridad es una de las verticales cuya demanda insatisfecha crea una oportunidad concreta para las empresas de software de nuestro país.

• Technology Association of Georgia (TAG)

Georgia cuenta con una asociación, llamada Technology Association of Georgia (TAG), la cual de manera mensual elabora reportes por vertical identificando la demanda y necesidades en el ámbito de IT, convirtiéndose así en una herramienta útil para detectar las demandas locales. Para más información se siguiere la visita al siguiente link: https://www.tagonline.org/resources/state-of-the-industry-report/

• Programa de Sofltanding [1]

La Universidad de Georgia Tech ofrece un programa de Sofltanding el cual ayuda a las empresas a desarrollar sus negocios de IT en el sur de los EEUU. El programa durante 2018 contó con la participación de empresas argentinas.

Cómo exportar a la región o instalarse en la misma.

El estado de Georgia cuenta con incentivos comerciales y fiscales que poseen como objetivo impulsar el crecimiento empresarial.

Georgia posee una cartera de crédito fiscal para estimular la creación de empleo la cual incluye créditos para invertir en I + D, créditos para enviar mercadería a través de sus puertos y realizar inversiones de expansión en determinados distritos.

Para más información sobre incentivos comerciales, se sugiere la visita al siguiente link: https://www.georgia.org/competitive-advantages/incentives

Asimismo, se recomienda la visita al siguiente link el cual cuenta con información de Créditos e impuestos en el Estado de Georgia:

http://online.flowpaper.com/79590748/BusinessIncentivesBrochure/#page=15

Cámaras sectoriales y de comercio destacadas en la región.

Con respecto a las Cámara sectoriales de la región se destaca la "Argentina American Chamber of Commerce South East". La Cámara Argentino – Americana fue relanzada en 2018 con la participación de destacados empresarios y emprendedores argentinos residentes en Atlanta. En la actualidad, el Consulado Argentino en Atlanta participa como miembro honorario.

Datos de contacto:

Argentine American Chamber of Commerce South East

Atlanta, GA 30318

Presidente: Luigi Perez - contact@aaccse.org

https://aaccse.org/contact/

A continuación se destacan las Cámaras de comercio más importantes de la Jurisdicción:

Metro Atlanta Chamber of Commerce

235 Andrew Young International Blvd., NW

Atlanta, Georgia 30303

Tel: +1-404-586-8460

Web site: www.MetroAtlantaChamber.com

Hala Moddelmog - President & CEO - hmoddelmog@macoc.com

Thomas J. Cunningham - Chief Economist - tcunningham@macoc.com

Georgia Department of Economic Development

75 Fifth Street, NW, Suite 1200

Atlanta, Georgia 30308

Tel: 404-962-4120

Web site: www.georgia.org

Mary Waters - International Trade Commissioner - mwaters@georgia.org Abby Turano -International Relations Commissioner - aturano@georgia.org

Georgia Hispanic Chamber of Commerce

2801 Buford Highway, Suite 500

Atlanta, GA 30329

Tel: 404-929-9998 Ext. 223 Web site: www.ghcc.org

Santiago Marquez - President and CEO - smarquez@ghcc.org

Albert Sorto - Vice President - asorto@ghcc.org

Georgia Chamber of Commerce

233 Peachtree Street NE, suite 2000

Atlanta, GA 30303 Tel: 404-223-2264

Chris Clark - President and CEO - cclark@gachamber.com

Morgan Law - mlaw@gachamber.com -SVP of Community & Economic Development

Gwinett Chamber of Commerce

6500 Sugarloaf Parkway Duluth, GA 30097

Tel: 770-232-8813

Web site: gwinnettchamber.org Nick Masino - President & CEO

770-232-8802 - nick@gwinnettchamber.org

Andrew Carnes - Vice President of Economic Development - acarnes@partnershipgwinnett.com

Columbus Chambers of Commerce

1200 6th Avenue P.O. Box 1200

Columbus, GA 31902-1200

Tel: 706-327-1566 ext. 18 / 1-800-360-8552 E-mail: info@columbusgachamber.com Web site: www.columbusgachamber.com

Brian Anderson - President and CEO - banderson@columbuschamber.com

Joe Sanders - Executive Vice President, Finance - jsanders@columbusgachamber.com

World Trade Center Atlanta

303 Peachtree Street, NE, Lower Lobby Suite 100

Atlanta, Georgia 30308-3252

Tel: 404-880-9595

Web site: www.WTCAtlanta.com

Diane Alleva Caceres – President - diane@marketaccessintl.com Max Sutherland – Executive Vice President - max@wtcatlanta.com

South Carolina Department of Commerce

1201 Main Street, Suite 1600 Columbia, SC 29201-3200

(803) 737-0400

Web site: www.sccommerce.com

Robert M. Hitt III - Secretary of Commerce - rhitt@sccommerce.com Jennifer N. Fletcher - Deputy Secretary - nfletcher@sccommerce.com

Charleston Chamber of Commerce

1 Poston Road, Suite 103 Charleston, SC 29407

Tel: 843-852-9880

mail@charlestonchamber.org

Web: https://www.charlestonchamber.org/internationaltrade/

Bryan Scott Derreberry - President & CEO - bderreberry@charlestonchamber.org

Kentucky World Trade Center

224 South Second Street

Web site: http://www.wtcky.org/

Lexington: 859.225.0006 Louisville: 502.574.1566

Edwin Webb - President and CEO - edwin.webb@wtcky.org Sherry Mulkins - Vice President - sherry.mulkins@wtcky.org

Kentucky Chamber of Commerce

464 Chenault Road

Frankfort, Kentucky 40601 E-email: kcc@kychamber.com

Web site: https://www.kychamber.com

Dave Adkisson - President and CEO - davida@kychamber.com

Patrick Merchak - Vice President of Finance & CFO - pmerchak@kychamber.com

State of Tennessee - Deparment of Economic

312 Eighth Avenue North Nashville, TN 37243-0405

Tel: 615-532-9055

Allen Borden - Deputy Commissioner - Allen.Borden@tn.gov

BOB ROLFE - Commissioner - bob.rolfe@tn.gov

Greater Memphis Chamber

22 North Front Street Suite 200 | Memphis, TN 38103-2100

https://memphischamber.com

Beverly Robertson - President & CEO - brobertson@memphischamber.com

Telefono: 901 543 3541

Eric Miller - Senior Vice President - Economic Development

<u>Principales ferias en la jurisdicción</u>

National Farm Machinery Show

Sector: Maquinaria Agrícola Ciudad: Louisville, Kentucky

Próxima edición: 12 al 15 de febrero de 2020

Web: https://farmmachineryshow.org/

Fintech South

Sector: Fintech

Ciudad: Atlanta, Mercedes Benz Stadium Próxima edición: 20 al 21 de abril de 2020 Web: http://www.fintechsouth.com/

<u>Datos institucionales útiles (contacto del consulado y otras institucionales regionales relevantes).</u>

Consulado de la República Argentina en Atlanta:

245 Peachtree Center Avenue – Suite #2450 – Atlanta, GA, 30303

Teléfono: 1 404 880 0805 Email: catla@mrecic.gov.ar

Web: https://catla.cancilleria.gob.ar/

Facebook: https://www.facebook.com/consargatl/

Instagram: https://www.instagram.com/argentinaenatlanta/

Otras instituciones regionales relevantes:

Georgia Department of Economic Development https://www.georgia.org
Kentucky Cabinet of Economic Development: https://www.thinkkentucky.com

Estado de Mississippi: https://www.mississippi.gov/

South Carolina Department of Commerce: https://www.sccommerce.com/

Tennessee Department of Economic and Community Development https://tnecd.com/

Alabama Department of Economic Development http://www.adeca.alabama.gov/

Kentucky Department for Business Development: Phone: (502) 564-7670 Email: econdev@ky.gov

Listado de Puertos de Entrada de la Jurisdicción:

Savannah, Georgia

https://www.cbp.gov/contact/ports/savannah

Phone: (912) 447-9400 Fax: (912) 447-9407

Port Director: Lisa Beth Brown

Charleston, South Carolina

https://www.cbp.gov/contact/ports/charleston

Phone: (843) 579-6500 Fax: (843) 579-6610

Port Director: Robert Fencel

Columbia, South Carolina

https://www.cbp.gov/contact/ports/columbia

Phone: (803) 822-5251 Fax: (803) 822-5055

Port Director: Jerry Wilson

Georgetown, South Carolina

https://www.cbp.gov/contact/ports/georgetown

Phone: (843) 916-0438 Fax: (843) 916-0442

Greenville-Spartanburg, South Carolina

https://www.cbp.gov/contact/ports/greenville-spartanburg

Phone: (864) 877-8006 Fax: (864) 848-3454

Port Director: Wayne Henson

Myrtle Beach International Airport, South Carolina

https://www.cbp.gov/contact/ports/myrtle-beach-international-airport

Phone: (843) 916-0438 Fax: (843) 916-0442

Atlanta, Georgia

https://www.cbp.gov/contact/ports/atlanta

Phone: (404) 675-1300 Fax: (404) 675-1231 Port Director: Carey Davis

Brunswick, Georgia

https://www.cbp.gov/contact/ports/brunswick

Phone: (912) 262-6692 Fax: (912) 262-0235

Port Director: Tracy Harris

Birmingham, Alabama

https://www.cbp.gov/contact/ports/birmingham-alabama-1904

Phone: (205) 592-0237 Fax: (205) 592-0918 Port Director: David Pond

Huntsville, Alabama

https://www.cbp.gov/contact/ports/huntsville-alabama-1910

Phone: (256) 772-3404 Fax: (256) 772-8192 Port Director: David Berry

Mobile (Including Theodore), Alabama

https://www.cbp.gov/contact/ports/mobile-including-theodore

Phone: (251) 378-7600 Fax: (251) 378-7680

Port Director: Anthony Acrey

Gulfport, Mississippi

https://www.cbp.gov/contact/ports/gulfport

Phone: (228) 863-6350 Fax: (228) 863-6563

Pascagoula, Mississippi

https://www.cbp.gov/contact/ports/pascagoula

Phone: (228) 761-0041 Fax: (228) 762-7502

Port Director: Andrew Samarripa

Vicksburg, Mississippi

https://www.cbp.gov/contact/ports/vicksburg-mississippi-2015

Phone: (601) 932-9493 Fax: (601) 932-4114

Port Director: Betty Davis

10.Guía de Negocios Consulado General y Centro de Promoción en Miami

Relación comercial bilateral con los Estados comprendidos en la jurisdicción.

La Florida y Puerto Rico forman parte de la jurisdicción que cubre el Consulado General y Centro de Promoción de la República Argentina en Miami.

En la actualidad, el estado de la Florida es el principal socio comercial de Argentina -en total comerciado-entre todos los estados que conforman los Estados Unidos. Asimismo, la Argentina es el 5° socio comercial del distrito aduanero de Miami y el 10° socio comercial de la Florida, en relación con el mundo.

Con exportaciones por \$56,893,857 e importaciones por \$48,170,219 de dólares, Argentina tuvo en el año 2017, un superávit comercial con Puerto Rico de USD 8,723,638.

Según las cifras oficiales de 2018, Argentina mantiene un déficit comercial con el Estado de Florida cercano a los USD 2.300 millones, y se destaca que:

- el total comerciado con Florida representa cerca del 30% del total comerciado con Estados Unidos pero el déficit con Florida representa el 46% del déficit total con Estados Unidos; mientras que las exportaciones a Florida representan sólo el 17% de total exportado a Estados Unidos
- 2) en líneas generales se mantiene la tendencia respecto a la composición de las exportaciones y las importaciones.

En cuanto al interior del Estado, la Argentina es el principal socio comercial de Port Manatee en

materia de exportaciones de productos nacionales. Localizado en la intersección entre la bahía de Tampa y el Golfo de México, Port Manatee es el puerto estadounidense de aguas profundas más cercano al Canal de Panamá. Se ubica en la costa oeste del estado de la Florida. Durante el 2017 recibió carga de nuestro país por 675 millones de dólares. Entre las mercancías mayoritariamente exportadas a ese puerto se encuentran el aluminio (principalmente de la empresa "Aluar"). Por otra parte, nuestro país ha recibido mayormente fertilizantes procedentes de ese puerto.

Florida es uno de los mayores estados exportadores de EEUU y es la principal vía de comercio de EEUU con Latinoamérica. El 40% de las exportaciones estadounidenses a la región pasan por Florida. En Florida se encuentran cerca de 60.000 empresas exportadoras, sólo superado en este aspecto por California.

<u>Comercio Bilateral Argentina – Florida</u>

Año	Exportaciones	Importaciones	Saldo comercial	Total
2016	888	3.269	- 2.381	4.158
2017	906	3.568	- 2.662	4.474
2018	796	3.212	- 2.416	4.008

Fuente: US Census Bureau. Expresado en USD millones

<u>Principales exportaciones por Productos</u>

Producto	2016	2017	2018
Aluminio	126	186	172
Oro	67	54	106
Aceites esenciales	88	82	98
Plata	52	58	59

Jugo de frutas	33	33	42.5
Vino	21	19	19
Neumáticos	7	17	15
Pescados	5.5	3	11

Fuente: US Census Bureau. Expresado en USD millones

<u>Principales importaciones por Producto</u>

Producto	2016	2017	2018
Aviones civiles, motores y partes	311	256	342
Componentes para telefonía	304	330	292
Máquinas de procesamiento de datos	235	357	266
Turbojets	132	82	111
Partes de motores de vehículo	110	124	95.5
Sangre humana, de animales y vacunas	104	59	94
Instrumentos Médicos	79	95	82

Fuente: US Census Bureau. Expresado en USD millones

En materia de logística, el Aeropuerto Internacional de Miami es el más importante del país en cuanto a carga internacional. Ofrece servicio a más de 160 ciudades de todo el mundo. Asimismo, por el mencionado aeropuerto pasan el 83% de las importaciones aéreas y el 79% de las exportaciones por esa vía de toda Latinoamérica.

Principales socios comerciales de la Florida8:

Puesto	País	Comercio Total 2017/2018 (en millones de USD)		Variación porcentual 2017-2018
1	Brasil	19.787	20.405	+3.1%
2	China	11.014	12.250	+11.2%
3	Chile	7.624	7.912	+3.8%
4	Japón	7.423	7.648	+3.1%
5	Colombia	7.248	6.973	-3.8%
6	México	6.294	6.795	+8.1%
7	República	5.877	6.444	+9.6%
	Dominicana			
8	Alemania	4.950	4.996	+1.0%
9	Honduras	4.386	4.527	+3.2%
10	Argentina	4.474	4.008	-10.4%

Fuente: US Census Bureau. Expresado en USD millones

Comercio Bilateral Argentina – Puerto Rico

(Todas las cifras abajo detalladas han sido recolectadas del Indec)

	Exportaciones argentinas a Puerto Rico							
Período	Exportaciones - FOB- US\$	Participación de Puerto Rico en las exportaciones de la Argentina (%)	Variación anual de las exportaciones argentinas a Puerto Rico (%)	Variación anual de las exportaciones argentinas totales (%)				
2015	40,372,175.36	0.07	-36.58	-16.99				
2016	62,858,627.83	0.11	55.70	1.93				
2017	56,893,857.81	0.10	-9.49	0.87				

Fuente: US Census Bureau. Expresado en USD millones

-

⁸ Enterprise Florida

Importaciones argentinas desde Puerto Rico							
Período	Importaciones - CIF- US\$	Participación de Puerto Rico en las importaciones de la Argentina (%)	Variación anual de las importaciones argentinas a Puerto Rico (%)	Variación anual de las importaciones argentinas totales (%)			
2015	51,566,336.60	0.09	-11.86	-8.42			
2016	34,479,526.36	0.06	-33.14	-7.13			
2017	48,170,219.05	0.07	39.71	19.65			

Fuente: US Census Bureau. Expresado en USD millones

	Saldo comercial y comercio total con Puerto Rico							
Período	Saldo comercial con Puerto Rico US\$	Comercio bilateral (X+M) US\$	Participación del comercio bilateral en el comercio total de la Argentina (%)	Variación anual del comercio bilateral (%)	Cobertura X/M			
2015	-11,194,161.24	91,938,511.96	0.08	-24.74	0.78			
2016	28,379,101.47	97,338,154.19	0.09	5.87	1.82			
2017	8,723,638.76	105,064,076.86	0.08	7.94	1.18			

Fuente: US Census Bureau. Expresado en USD millones

Características del mercado regional.

La Florida se caracteriza por una estructura impositiva favorable para las empresas. En función a su política fiscal, su conectividad con la región y los bajos costos para llevar adelante emprendimientos, la Florida está catalogada como unos de los mejores estados para llevar adelante negocios.

En cuanto a infraestructura, la Florida tiene uno de los más completos sistemas de transporte del mundo con aeropuertos internacionales, puertos con grandes profundidades, y grandes sistemas ferroviarios y de rutas.

Asimismo, el estado cuenta con sedes para la región de las principales multinacionales del mundo, es un centro financiero y bancario internacional y un network con más de 100 misiones diplomáticas y cámaras de comercio binacionales.

De acuerdo con información brindada por el Bureau of Economic Analysis del Departamento de Comercio de Estados Unidos, el PBI de Florida es de USD 967 mil millones. Si Florida fuese un país, sería la 17° economía más grande del mundo. Formaría parte del G-20. Su PBI es superior al de Argentina (USD 620 mil millones), Suiza y Arabia Saudita. De acuerdo con la misma fuente, el PBI de Florida fue el 4° más grande de Estados Unidos de América en 2017, únicamente superado por

California (USD 2.747 mil millones); Texas (1.696 mil millones) y Nueva York (1.547 mil millones).

Según lo publicado por la página del United States Census Bureau, la Florida tiene 20.984.400 habitantes, distribuidos a lo largo de 67 condados. Del total de la población del Estado, el 51.1% son mujeres y las razas predominantes se distribuyen de la siguiente manera: 77% blancos, 17% afroamericanos y 3% asiáticos. El 25.6% de la población total de la Florida es latina. Más de 5 millones del total de habitantes de la Florida hablan una lengua distinta al inglés. Es el tercer estado más poblado de Estados Unidos.

La media de ingresos por hogar en Florida es de 48.900 USD y el índice de pobreza es del 14%, que significa que hay unos 2.93 millones de pobres en Florida (US Census Bureau). En términos comparativos, la media de ingresos por hogar en Estados Unidos es de 61.372 USD y el índice de pobreza es del 12.3%, que significa que hay 39.7 millones de pobres en todo el país (US Census Bureau).

Respecto al nivel de educación de la población, el 87% del total tiene un nivel secundario completo y el 28% de la población logró una graduación universitaria (US Census Bureau).

El salario mínimo de la Florida es de 8,25 USD por hora. Un trabajador en estas condiciones que trabaja 40 horas por semana gana 1.320 USD por mes.

Florida es el destino turístico más importante del mundo, en 2017 recibió 118 millones de turistas. Se estima que anualmente esos turistas gastan alrededor de 111 mil millones USD, de acuerdo al sitio oficial de Turismo "Visit Florida".

El **condado de Miami-Dade**, al sur de la Florida, es el más importante del estado. Alberga a 2.8 millones de personas y es el 7° más grande de Estados Unidos. En Miami-Dade se hablan más de 100 lenguas, aunque el 67% de sus residentes son latinos o de origen hispano. Tiene una fuerza laboral de 1.4 millones de personas con un ingreso anual promedio de 51.318 USD. En Miami-Dade se encuentran más de 1000 multinacionales, entre aquellas que tienen su sede central y otras que poseen su oficina de representación para Latinoamérica. Durante los últimos seis años creció un 10% el número de negocios que se establecieron en Miami-Dade. En cuanto al costo de vida, Miami se encuentra en el séptimo lugar entre las ciudades más costosas, siendo superada por Nueva York, San Francisco, Washington DC, Los Ángeles y Chicago, entre otras. El Alcalde del Condado es Carlos Gimenez, Republicano, cargo al que asumió en 2012 y para el cual fue reelegido en 2016.

Los sectores económicos de más relevancia en el Estado de Florida son:

Agricultura: emplea 2 millones de personas y contribuye en USD 105.000 millones al PBI del Estado. El clima cálido le permite a Florida extender entre 200 y 300 días el calendario cultivable de sus tierras en comparación con otros estados del país. Los principales productos agrícolas producidos son: naranja, tomates, vegetales y frutas. Florida representa el 70% de la producción anual de

cítricos de EEUU y su producción de naranja es utilizada para producir el 40% de la oferta mundial de jugo de naranja.

Turismo: Florida es el principal destino turístico mundial. Las ventas en este sector representan cerca del 10% de la economía estatal⁹. Del total de turistas recibidos, 88% provienen de otros estados de Estados Unidos, y el 50% de ellos visitan las playas. En los últimos años, un promedio de 75 millones de turistas visitaron anualmente los parques de Orlando. Florida es también líder en la industria de los cruceros, con alrededor de 7 millones de pasajeros anuales y alberga la casa central de varias compañías importantes en el mundo, entre ellas: Royal Caribbean International, Norwegian Cruise Lines, Carnival Cruise Lines, Celebrity X Cruises, Princess Cruise Lines.

Comercio Exterior: este sector aporta cerca de 1,5 millones de empleos y aporta un sexto de la economía del Estado. Es uno de los mayores estados exportadores de EEUU y es la principal vía de comercio de EEUU con Latinoamérica. El 40% de las exportaciones estadounidenses a la región pasan por Florida. Dada su disposición geográfica, muchas pequeñas empresas de Florida tienen acceso fácil y a bajo costo a alguno de los importantes puertos ubicados en el Estado, lo que promueve sus ventas en el exterior. Los principales productos de exportación de Florida incluyen motores de vehículos, aeronaves y equipos de telecomunicación. Sin embargo, también exporta manufacturas de origen agropecuario.

Industria Aeroespacial y de la aviación: se estima que las actividades relacionadas a la aviación aportan en Florida alrededor de USD 160.000 millones anualmente. Posee 19 aeropuertos comerciales y moviliza al 15% del total de pasajeros de EEUU. Emplea una cifra cerca a los 95.000 trabajadores. Alberga 20 instalaciones militares de envergadura y 50.000 militares activos. En Florida también se encuentran importantes instalaciones de la NASA.

Industria de la Salud: el Estado de Florida aloja a reconocidos centros de investigación biomédica, empresas farmacéuticas, compañías médicas y cerca de 50.000 centros de salud. Florida ocupa el 2° puesto al interior de EEUU como productora de medicamentos.

Servicios financieros: Si bien no cuenta con numerosas sedes centrales bancarias, con una de las poblaciones más ricas de EEUU, en Florida operan los principales bancos estadounidenses y este Estado tiene el porcentaje más alto de depósitos bancarios realizados en sucursales bancarias que no sean headquarters. Las finanzas y los servicios de seguros financieros representan cerca del 11% del empleo de Florida.

Florida lidera la creación de puestos de trabajo en Estados Unidos (una de las prioridades de la administración Trump). En 2018 se crearon 210 mil nuevos empleos en el Estado de Florida. Es el 3° Estado más poblado de Estados Unidos.

_

⁹ Op. Cit. 6

Empresas destacadas en la región y productos con potencial. Principales empresas con sede central en la Florida:

Publix Super Markets	Lakeland, FL	http://www.publix.com/	
JM Family Enterprises	Deerfield Beach, FL	http://www.jmfamily.com/	
Southern Wine & Spirits	Miami, FL	http://www.southernglazers.com/	
Southeastern Grocers	Jacksonville, FL	https://www.segrocers.com/	
Oxbow	West Palm Beach, FL	http://www.oxbow.com/	
	Palm Beach Gardens,		
Sequa	FL	http://www.sequa.com/	
NextEra Energy	Juno Beach, FL	http://www.nexteraenergy.com/	
CSX	Jacksonville, FL	https://www.csx.com/	
Lennar	Miami, FL	https://www.lennar.com/	
Publix Super Markets	Lakeland, FL	http://www.publix.com/	
Ryder System	Miami, FL	https://ryder.com/	
Tech Data	Clearwater, FL	https://www.techdata.com/	
Fidelity National Information			
Services	Jacksonville, FL	https://www.fisglobal.com/	
Raymond James Financial	St. Petersburg, FL	https://www.raymondjames.com/	
Jarden	Boca Raton, FL	http://www.jardencs.com/	
Jabil	St. Petersburg, FL	https://www.jabil.com/	
Burger King	Jacksonville, FL	http://www.burgerking.com/	
Carnival Corp.	Miami, FL	http://www.carnivalcorp.com/	
Lennar Corporation	Miami, FL	http://www.lennar.com/	
Norwegian Cruise Lines	Miami, FL	https://www.ncl.com/	
Noven Pharmaceuticals	Miami, FL	http://www.noven.com/	

Perry Ellis International	Miami, FL	http://www.pery.com/
Royal Caribbean Cruise	Miami, FL	https://www.royalcaribbean.com/
Ryder System	Miami, FL	https://ryder.com/
Southern Glazer's Wine & Spirits	Miami, FL	http://www.southernglazers.com/
World Fuel Services Corp	Miami, FL	https://www.wfscorp.com/
Brightstar	Miami, FL	www.brightstar.com

Multinacionales con oficina regional para Lationamerica en la Florida:

International Air				
Transportation				
Association	Miami, FL	http://www.iata.org/		
DHL Express	Miami, FL	http://www.dhl.com/en.html		
Heineken Americas	Miami, FL	http://www.theheinekencompany.com		
Novartis Latin America				
Services	Miami, FL	https://www.novartis.com/		
UPS	Miami, FL	https://www.ups.com/		
Telefonica USA	Miami, FL	https://www.us.telefonica.com/		
HEICO Corporation	Miami, FL	https://www.heico.com/		
Iberica International Corp.	Miami, FL	http://www.iberica.us/		
MasTec	Miami, FL	http://www.mastec.com/		
Office Depot	Miami, FL	https://www.officedepot.com/		
Telemundo Communications				
Group	Miami, FL	http://www.telemundo.com/		
CMA-CGM (Caribbean)	Miami, FL	https://www.cma-cgm.com		
DLA Piper	Miami, FL	https://www.dlapiper.com/		

Rolls Royce Commercial		https://www.rolls-royce.com/products-		
Marine	Miami, FL	and-services/marine.aspx		
Boston Consulting Group	Miami, FL	https://www.bcg.com/		
Deloitte Consulting, LLP	Miami, FL	https://www2.deloitte.com/		
Blackberry	Miami, FL	https://global.blackberry.com/		
L'Oreal	Miami, FL	https://www.loreal.com/		
Dulgari Carragration of America	Mioma: Fl	https://www.hulgari.agra/		
Bulgari Corporation of America	Miami, FL	https://www.bulgari.com/		
Sony Electronics	Miami, FL	https://www.sony.com/		
Generali	Mioma: Fl	https://www.goporpli.gogs/		
Generali	Miami, FL	https://www.generali.com/		
Toyota Tsusho America	Miami, FL	http://www.taiamerica.com/		
Ferring Pharmaceuticals	Miami, FL	https://www.ferring.com/		
Avon Products	Miami, FL	http://www.avoncompany.com/		
Korn Ferry	Miami, FL	https://www.kornferry.com/		
Levi Strauss & Co.	Miami, FL	http://www.levistrauss.com/		
Nike	Miami, FL	https://www.nike.com/		
THIC	141101111, 1 2	integs.// www.inke.com/		
Starbucks	Miami, FL	https://www.starbucks.com/		
Cartier Latin America and				
Caribbean	Miami, FL	http://www.cartier.com/		
CAD Latin Amorica and				
SAP Latin America and	Miami El	MANAY SAD COM		
Caribbean	Miami, FL	<u>www.sap.com</u>		
Amadeus Latin America	Miami, FL	www.amadeus.com		
Expedia Latin America	Miami, FL	www.expedia.com		

Oportunidades para desarrollar en la jurisdicción

Exportaciones No-Tradicionales

El Consulado General y Centro de Promoción de la República Argentina en Miami ha trabajado fuertemente en dos sectores vinculados a la producción de servicios: Software y la Industria Audiovisual.

Tomando en cuenta la actividad de nuestras empresas en estos sectores del mercado local durante los últimos 10 años, la oferta de nuestro país es diversa, de alto valor agregado y con empresas (principalmente PYMEs) con un alto grado de interés por ofrecer sus servicios en la Florida. Como evidencia de esto, se han incrementado tanto los pedidos de información como también las visitas de empresas argentinas de los sectores previamente mencionados a nuestra jurisdicción en el marco de las rondas de negocios organizadas por este Consulado General y Centro de Promoción. Cabe señalar que, desde mediados del 2015 hasta la fecha, se han realizado agendas de negocios para unas 14 empresas por año y aproximadamente la mitad de ellas ofrecen servicios de marketing digital, desarrollo de software a medida y desarrollo de aplicaciones para dispositivos móviles, entre otros. Continuando con esta tendencia, este Consulado organizó una actividad para empresas del sector en el marco de eMerge Americas 2019.

<u>Servicios y Productos de Software</u>

Si bien el sector en la Florida cuenta con una oferta considerable de empresas, tanto domésticas como internacionales, compitiendo por obtener nuevos negocios, las empresas argentinas están muy bien conceptuadas para todo lo referido a la elaboración de software, principalmente por sus recursos humanos capacitados.

Cabe señalar que durante el trabajo realizado en el armado de rondas de negocios para empresas argentinas del sector que han visitado nuestra jurisdicción, se ha observado que aquellas empresas que ofrecen una solución (o producto) para resolver un problema puntual y se especializan en una industria, encuentran mejor receptibilidad en el mercado local que aquellas que ofrecen servicios de consultoría general.

<u>Industria Audiovisual</u>

Otro sector no tradicional promovido por el Consulado es la industria audiovisual. En 2011 la Feria NATPE dejó la ciudad de Las Vegas para trasladarse a Miami y ubicarse estratégicamente más cerca del pujante mercado Latinoamericano, donde la Argentina es el principal exportador de formatos de televisión. La feria se realiza en enero de cada año y es considerada entre las más importantes del sector televisivo norteamericano.

En ese marco, y con el fin de potenciar su relación con los mercados mundiales, el número de productoras televisivas y cinematográficas argentinas participantes se ha incrementado desde el 2011 hasta alcanzar una delegación de 40 representantes de las empresas más importantes de la industria en las últimas 5 ediciones. Entre dichos participantes se encontraron tanto distribuidores y proveedores de contenido y producción, como productoras pequeñas y medianas dedicadas, además, a la prestación de servicios creativos, técnicos y de locación, característicos del sector.

Exportaciones con potencial de crecimiento

Arándanos

Cuando se analizan las exportaciones de Argentina, los alimentos han constituido el núcleo de las

exportaciones históricas. Por ejemplo, los berries y arándanos constituyen claramente una de las exportaciones más dinámicas de los últimos años, llegándose a exportar al puerto de Miami 45 millones de USD en 2015.

Asimismo, la Provincia de Entre Ríos, con la colaboración del Consejo Federal de Inversiones (CFI), organizo una Misión Técnica a Gainesville, Florida, durante Julio de 2016. La mencionada Misión tuvo como foco principal a los arándanos, con el objetivo de explorar oportunidades para el recambio varietal del fruto que permita anticipar la oferta exportable provincial.

<u>Productos del mar argentino</u>

En el marco de una búsqueda de aprovechar las potencialidades que la oferta exportable de la Argentina brinda dentro del mercado de la Florida y trabajando junto con el Consejo Federal Pesquero (CFP), este Consulado General y Centro de Promoción de la República Argentina en Miami ha realizado un evento de promoción y degustación del "Mar Argentino" en Miami todos los años desde el 2017, con muestras provistas por nuestras empresas.

Vinos

Si bien hay opiniones encontradas con respecto a las posibilidades ciertas de incrementar la presencia de vinos argentinos en el sur de la Florida, cabría explorar la introducción del producto a través de una mayor presencia en nuevos puntos del Estado con potencial consumidor como Tampa, Orlando y Jacksonville.

Equipamiento Médico y Hospitalario

Las empresas argentinas fabricantes de equipamiento médico y hospitalario participan hace más de 18 años en la Feria FIME, la cual se realiza anualmente en el Miami Beach Convention Center. FIME es la Feria de equipamiento médico más importante de la Costa Este de Estados Unidos y se realiza anualmente en el Convention Center de Miami Beach. En esta exposición se dan cita las empresas fabricantes y comercializadoras de equipamiento hospitalario, materiales médicos desechables, artefactos e instrumentos para personas discapacitadas, ortopedia, equipos de diagnóstico y cirugía, herramientas de laboratorio, maquinaria para odontología, etc.

Si bien el acceso de nuestros productos al mercado norteamericano se encuentra con importantes barreras de entrada impuestas por la FDA (Federal Drug Administration) que regula el sector, esta feria les ha permitido a los empresarios argentinos establecer nuevos contactos con distribuidores. A la luz de la comparación de las estadísticas entre la oferta exportable de nuestro país y las importaciones de la jurisdicción de esta Representación, surgen las siguientes oportunidades para promover determinados productos que tienen un alto potencial exportador pero que por el momento han presentado una baja participación de nuestro país en el correspondiente mercado estadounidense:

Por lo observado, es aconsejable rediseñar ciertas estrategias comerciales a fin de incrementar los productos referidos que se encuentran dentro de la oferta exportable de nuestro país y que presentan un interesante potencial de ingreso en los mercados de Florida y Puerto Rico.

Cómo exportar a la región

La exportación de productos a los Estados Unidos debe cumplir con una serie de requisitos aduaneros y aprobaciones por parte de agencias reguladoras locales. Es por ello, que un primer paso lógico es consultar aquellas limitaciones (aranceles, cuotas, sanitarias, fitosanitarias, etc.) que pudieran afectar la exportación del producto en cuestión.

En Noviembre de 2019, comenzó a funcionar un nuevo centro de distribución argentino en la ciudad de Miami, que se suma a los ya existentes en Recife, Shanghai, Guangzhou, Tianjin, Dubai, Amberes, Panamá y Singapur.

La ubicación del nuevo hub permite descentralizar los canales comerciales con el tercer destino de nuestras exportaciones globales.

En el marco del programa de hub logísticos, las empresas argentinas pueden acceder a beneficios que mejoran sus condiciones de competencia en los mercados internacionales.

Las pymes pueden acceder a una línea de crédito exclusiva del BICE, que financia entre un 75% y un 100% del valor de la exportación. Asimismo, el programa soluciona trabas vinculadas con la logística y la distribución de sus productos en el exterior, ya que posibilita:

- -Operar con cantidades mínimas de orden.
- -Acondicionar el producto en destino.
- -Evitar distribuidores que encarecen los productos.
- -Postergar el pago de derechos hasta que se efectivice la venta.

Interport Logistics, firma operadora responsable en destino, cuenta con todas las licencias operativas marítimas, aéreas y de agente aduanero para operar en los Estados Unidos. En su depósito, puede almacenar y preparar los productos para la distribución mayorista y minorista, ya que está vinculada a plataformas de comercio electrónico como Amazon. Asimismo, ofrece un espacio para exhibir productos y una sala de conferencias para reuniones a disposición de los clientes, entre los cuales puede mencionarse el sector cruceros, hotelería, ferretería, indumentaria, autopartes, alimentos, bebidas, muebles y medicamentos, entre otros.

La firma cuenta con representación comercial en la Argentina, lo cual le permite gestionar el proceso completo: consolidación de la carga, ingreso a Miami, almacenaje, despacho aduanero y entrega final. Para aquellos que contraten el servicio, pone a disposición un sistema de rastreo en tiempo real que permite el acceso a los inventarios las 24 hs del día desde una aplicación móvil.

Cómo instalarse en la región

Antes de iniciar operaciones en Florida una empresa debe cumplir con los requisitos dictados por un número de leyes y regulaciones estatales del condado y del municipio. Las políticas y los procedimientos para seguir varían de lugar en lugar.

Toda corporación debe formular e inscribir los artículos de incorporación. Las corporaciones extranjeras (las que no tienen la casa matriz dentro del estado de Florida) deben abrir una filial/sucursal o contar con un agente registrado dentro del Estado. El Departamento de Estado se encarga de averiguar si el nombre propuesto para la empresa está disponible. El proceso de inscripción tiene un costo por servicios al que debe sumarse el gasto de un aviso en el periódico de la localidad correspondiente.

La División de Corporaciones del Estado de Florida ofrece un listado de los requisitos para registrarse dentro de dicha entidad.

La siguiente es una lista no exhaustiva de las diversas posibilidades existentes para la formación de una sociedad y una lista descriptiva que provee la "División de Corporaciones" sobre la clase de documentos requeridos para registrarse.

- Corporation (Corporación): Es una entidad legal, creada por un estatuto (del Estado) con todos los derechos, privilegios y responsabilidades de una persona natural; con los atributos de responsabilidad limitada, administración centralizada, continuidad de vida, y habilidad para transferir costos.
- For Profit Corporation (Corporación con Fines de Lucro): Es una corporación creada con el propósito de realizar negocios en el sentido más estricto de la palabra. En Florida, tal corporación puede organizarse generalmente bajo el Capítulo 62107 y puede tomar atribuciones especiales como se prescribe en los capítulos pertinentes.
- Not for Profit Corporation (Corporación sin Fines de Lucro): Creada con propósitos religiosos, de caridad o educacionales, los cuales generalmente caen bajo el Capítulo 617, pero que sí pueden tomar atribuciones especiales como se prescribe en los capítulos correspondientes.
- Foreign Corporation (Corporación Extranjera): Es una corporación autorizada a funcionar en cualquier jurisdicción (fuera de Florida), para llevar a cabo transacciones.
- Alien Corporation: Es una corporación autorizada por cualquier jurisdicción para realizar negocios dentro de los Estados Unidos, Puerto Rico, o cualquier posesión o territorio de los Estados Unidos.
- Partnership (Sociedad Anónima): Es una asociación de dos o más personas cuyo objetivo es realizar negocios con fines de lucro en calidad de copropietarios. Existen dos clases de asociaciones:
- General Partnership (Sociedad Anónima General): Una asociación de dos o más socios, socio general con status completo de responsabilidad ilimitada y control administrativo cada uno de ellos.

- Limited Partnership (Sociedad Anónima Limitada): Es una asociación de uno o más socios generales y uno o más socios con responsabilidad limitada y poco o nada de control administrativo.
- Fictitious Name (Nombre Ficticio): corresponde a cualquier nombre que no sea el nombre legal de un individuo. Registrarlo es un requisito con el propósito de que el público tenga conocimiento a cargo de quien funciona la empresa.
- Limited Liability Company (Sociedad de Responsabilidad Limitada): Es una compañía con estructura híbrida, que combina los atributos de una corporación, con el estatus tributario de una sociedad anónima.
- Trademark or Service Mark (Marca Registrada): Es un nombre o logo adoptado por una persona o entidad para identificar la fuente de un producto comercial o servicio, en particular. Se diferencia de la entidad de "Nombre Ficticio" en que ésta debe alcanzar un standard de creatividad y originalidad.
- Federal Tax Lien (Derecho de Retención de Impuestos Federal): Según autorizado por ley federal, se requiere que las entidades se inscriban en una oficina estatal o local encargada de registrar derechos de retención. La División de Corporaciones es responsable de registrar estos derechos de retención de las entidades de negocios, patrimonios y fideicomisos. Los condados registran los derechos de retención sobre inmuebles.
- Uniform Commercial Code (Código Uniforme Comercial): Es un compuesto de diez capítulos
 de los Estatutos de Florida que refleja la adopción de las leyes uniformes, comunes a todos
 los 50 estados que rigen las transacciones comerciales. Tales leyes se aplican a las ventas de
 bienes, depósitos y extracciones bancarias, cartas de crédito, transferencias relevantes,
 recibos de depósitos, guías marítimas, acciones, y transacciones en las que interviene la
 División de Corporaciones al mantener un registro de resúmenes financieros que contienen
 la notificación pública de prioridad de intereses de un deudor analista particular.

Los requisitos para establecerse en Puerto Rico son bastante semejantes, habida cuenta que la legislación existente es similar a la aplicable para los Estados Unidos; si bien hay requisitos locales específicos, en cuanto a responsabilidad las formas societarias podran adoptar formas tales como "limited" o "incorporated".

Cabe destacar que, de acuerdo a datos brindados por el U.S Census Bureau, la cantidad de argentinos residentes en el Estado de Florida es de 76.603 personas. Los condados con mayor cantidad de residentes argentinos son los de Miami-Dade y Broward, con 36.108 y 12.260 personas, respectivamente. Estas son localidades amigables para aquellos argentinos, y latinos en general, que desean instalarse en los Estados Unidos, debido a la existencia de una gran masa de residentes de origen hispano. Otros condados con número significativo de argentinos son: Palm Beach (8.001) y Orange (4.079).

Cámaras sectoriales y de comercio destacadas en la región.

CAMARA DE COMERCIO DEL GRAN MIAMI

1601 Bizcayne Blvd.

Miami, Fl. 33132

Tel. (305) 577-5464

Fax. (305) 374-7156

Contacto: Lian Ventura

Email: lventura@miamichamber.com

www.miamichamber.com

ARGENTINE-AMERICAN CHAMBER OF COMMERCE OF FLORIDA

777 Brickell Ave. Suite 1210

Miami, Florida 33131

Tel. (305) 357-8047

Tel. (305) 371-1656

Email: info@argentineamerican.org http://www.argentineamerican.org

CAMARA DE COMERCIO LATINA DE LOS ESTADOS UNIDOS (CAMACOL)

1417 West Flagler St.

Miami, Fl. 33129

Tel. (305) 642-3870

Fax. (305) 642-0653}

Contacto: José Chi

Email: info@camacol.org

FLORIDA CHAMBER OF COMMERCE

136 South Bronough St.

Tallahassee, Florida 32301

PO Box 11309

Tallahassee, Florida 32302

Tel. (850) 521-1200

Fax. (850) 521-1219

Contacto: Jennifer Wittstock / Edie Ousley

Email: eousley@flchamber.com

www.flchamber.com

BROWARD COUNTY CHAMBER OF COMMERCE

2425 East Commercial Blvd. # 103

Fort Lauderdale, Florida 33311

Tel (954) 565-5750

Fax (954) 566-3398

Email: editor@southfloridabiz.com www.browardbiz.com

<u>Principales ferias en la jurisdicción</u>

FERIA NATPE

22-1 al 24-1, 2019

IT EXPO 2019 (TECNOLOGIAS DE LA COMUNICACIÓN)

29-1 al 1-2, 2019

HOME DESIGN & REMODELING SHOWS

1-3 AL 3-3 2019

SEATRADE (TURISMO- INPROTUR)

8-4 al 11-4, 2019

EMERGE AMERICAS (TECNOLOGIA)

29-4 al 30-4, 2019

FIBEGA MIAMI (TURISMO GASTRONOMICO)

10-5 AL 12-5, 2019

MIAMI FASHION WEEK (MODA)

29-5 AL 2-6, 2019

LE MIAMI (TURISMO DE LUJO)

17-6 al 20-6, 2019

FIME (EQUIPAMIENTO MEDICO)

26-6 AL 28-6, 2019

AMERICAS FOODS & BEVERAGE (ALIMENTOS Y BEBIDAS)

23-9 al 24-9, 2019

UNTITLED ART (ARTE)

4-12 al 8-12, 2019

ART BASEL (ARTE)

5-12 al 8-12, 2019

Datos institucionales útiles (contacto del consulado y otras institucionales regionales relevantes).

Consulado General de la República Argentina

1101 Brickell Avenue - Suite 900N - Torre Norte

Miami, FL 33131 Tel 305-373-1889

Email: comercial_cmiam@mrecic.gov.ar

http://miami.consulado.gob.ar

MIAMI-DADE OFFICE OF ECONOMIC DEVELOPMENT & INTERNATIONAL TRADE

Stephen P. Clark Trade 111 NW. 1st. St. Suite 200 Miami, Florida 33128 Tel. (305) 375-1254 Fax. (305) 679-7895

Contacto: Maria Dreyfus-Ulvert

Directo: (305) 375-3885

Email: mdreyfu@miamidade.gov

www.miamidade.gov

THE BEACON COUNCIL

80 SW. 8th. St., Suite 2400 Miami, Florida 33130 Tel. (305) 579-1300 Fax. (305) 375-0271 Contacto: Mario Sacasa

Email: msacasa@beaconcouncil.com

ENTERPRISE FLORIDA

201 Alhambra Circle Suite 610 Coral Gables, Florida 33134

Tel: (305) 808-3660 Fax. (305) 808-3586 Contacto: Manny menica

Email: mmencia@enterpriseflorida.com

MIAMI DOWNTOWN DEVELOPMENT AUTHORITY BUSINESS DEVELOPMENT

200 S. Biscayne Blvd Suite 2929 Miami, Florida 33131 Tel. (305) 579-6675

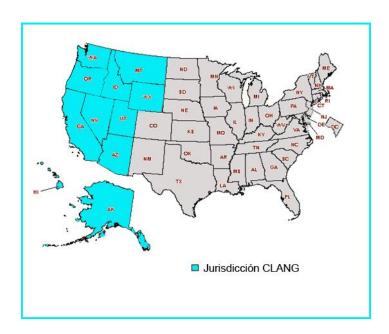
Contacto: Ilona Vega Jaramillo Email: vega@miamidda.com

11.Guía de Negocios Consulado General y Centro de Promoción en Los Angeles

Relación comercial bilateral con los Estados comprendidos en la jurisdicción.

La jurisdicción de CLANG abarca 11 estados de la región Oeste de los EEUU: Alaska, Arizona, California, Hawaii, Idaho, Montana, Nevada, Oregon, Utah, Washington, y Wyoming.

La superficie de la región de 1.647.578 millas cuadradas o 4.267.207 km2 (equivalente a una vez y media la Argentina continental) representa el 45,3% de la superficie total del país.



BALANZA COMERCIAL ARGENTINA – JURISDICCIÓN CLANG- valor nominal

	2016	2017	2018	Var.% 2017-2018
Exportaciones de CLANG a Argentina	517.713.211	672.389.187	431.658.681	-35.8
Importaciones de CLANG desde Argentina	552.055.149	644.458.343	1.109.626.070	72,18%
Balanza Comercial para la Argentina	34.341.938	-27.930.844	677.967.389	

FUENTE: usitc.gov

Durante el año 2018 las exportaciones desde la Argentina a los puertos de la Costa Oeste de los Estados Unidos se incrementaron 72,18% con respecto al año 2017. En efecto, pasaron de USD 644.458.343 a USD 1.109.626.070. Este incremento de USD 465.167.727 está compuesto por aumentos y disminuciones que se detallarán a continuación. En relación con las exportaciones desde los puertos de la Costa Oeste de los Estados Unidos a la Argentina, cabe mencionar que las mismas disminuyeron 35,8% pasando de USD 672.389.187 en el 2017 a USD 431.658.681 en el año 2018.

Es de señalar también que, el saldo del balance comercial del intercambio de la Argentina con los puertos de la Región Costa Oeste de Los Estados Unidos ha sido tradicionalmente favorable a nuestro país (excepto en el 2017), a diferencia de lo que sucede con el total de los EE.UU, incrementándose en relación con el 2017 pasando de un saldo negativo de menos USD 27.930.000 a un saldo positivo de USD 678.000.000 millones.

A manera de síntesis, y a grandes rasgos, es de mencionar que las exportaciones desde la Argentina hacia la región CLANG están dominadas por el petróleo y algunos de sus derivados. Les siguen el sector vitivinícola y derivados de la uva, así como el sector minero relacionado con la producción de oro y plata. Finalmente es de destacar algunos rubros como el caso de frutos del mar y frutas fresca.

EXPORTACIONES DESDE ARGENTINA A JURISDICCIÓN CLANG PARA CONSUMO- por prod., valor nominal (US\$)

Descripción	Año 2016	Año 2017	Año 2018	var% 17-18
ACEITE Y ACEITE DE PETROLEO DE MINERALES BITUMINOUS, CRUDE	70.753.024,00	19.370.449,00	520.289.637,00	2586.0
PLATA (INCLUYENDO PLATA PLATEADA CON ORO O PLATINO), NO DESDICHADA O EN FORMAS SEMIMANUFACTURADAS, O EN FORMA DE POTENCIA	31.494.867,00	45.535.250,00	93.811.608,00	106.0
VINO DE UVAS FRESCAS, INCLUYENDO VINOS FORTIFICADOS; MOSTO DE UVA (CON UNA FUERZA ALCOHÓLICA POR VOLUMEN SUPERIOR AL 0,5% VOL.) NESOI	99.123.956,00	90.872.589,00	86.187.893,00	-5.2
CRUSTACEAOS, VIVOS FRESCO ENFRIADO CONGELADOSETC; AHUMADOS; EN CONCHA, COCINADO POR VAPOR O AGUA HIRVIENDO; HARINAS, COMIDAS Y PELLETS PARA EL CONSUMO HUMANO	46.973.436,00	62.090.020,00	62.665.540,00	0.9

EXPORTACIONES DE ARTICULOS	7.416.695,00	19X 91 / Xh9 [][]		
IMPORTADOS PARA REPARACIONES	- ,	198.917.869,00	51.370.441,00	-74.2
ETC.; IMPORTACIONES DE ARTÍCULOS				
EXPORTACIONES DE ARTICULOS EXPORTADOS Y DEVUELTOS, NO				
AVANZADOS; IMPORTACIONES DE				
ANIMALES EXPORTACIONES DE				
DEVUELTOS				
ORO (INCLUYENDO ORO PLATEADO	26.208.758,00	0,00	42.370.948,00	N/A
CON PLATINO), NO ESCRITO O EN	20.208.738,00	0,00	42.370.946,00	IN/A
FORMAS SEMIMANUFACTURADAS, O				
EN FORMA DE POTENCIA				
JUGO DE FRUTAS NT FORTIFICADO	13.129.267,00	7.781.419,00	20.874.707,00	168.3
CON VITOS O MINS (INCLUYE LA UVA	13.123.207,00	7.761.415,00	20.074.707,00	100.5
DEBE) Y JUGO DE VERDURAS, SIN				
CONTENIDO Y NT QUE CONTIENEN				
AGREGAR ESPÍRITU, QUÉ O NT				
CONTIENEN DULCE AGREGADO				
MANZANAZ, PERAS Y QUINCES,	9.790.367,00	11.431.206,00	15.878.158,00	38.9
FRESCO	2.7.30.337,00	11. 131.200,00	13.07 0.130,00	33.3
ACEITE DE OLIVA Y SUS FRACCIONES,	5.610.319,00	11.067.115,00	15.314.945,00	38.4
YA SEA O NO REFINADAS, PERO NO	3.010.313,00	11.007.1113,00	13.311.313,00	30.1
MODIFICADAS CHEMICALAMENTE				
MAIZ	5.668.923,00	3.802.612,00	12.339.782,00	224.5
FRUTAS, SECAS, NESOI (OTROS QUE	13.730.349,00	5.611.845,00	12.125.029,00	116.1
LOS DE LAS SECCIÓN 0801 A 0806);	,			
MEZCLAS DE NUTS O FRUTAS SECAS				
DE ESTE CAPÍTULO				
UVAS FRESCAS O SECAS	2.777.751,00	1.097.172,00	11.335.792,00	933.2
SEMILLAS, FRUTAS Y SPORAS, DE UN	7.074.682,00	5.918.602,00	10.238.434,00	73.0
TIPO UTILIZADO PARA SOWING	7.00	0.0 = 0.00 = ,00		
ACIDOS CARBOXILICOS CON	865.539,00	2.885.414,00	10.029.580,00	247.6
FUNCIONAMIENTO DE OXYGEN	,	,	,	
ADDED Y SUS ANHYDRIDES, HALIDES,				
PEROXIDES ETC.; SUS DERIVADOS				
HALOGENADOS, SULFONADOS,				
NITRATED ETC.				
AZÚCAR DE CAÑA O DE REMOLACHA Y	3.164.631,00	5.963.458,00	8.153.743,00	36.7
SUCROSA PURAMENTE QUÍMICA				
FRUTAS, NUTS Y OTRAS PARTES	5.040.542,00	7.125.881,00	6.906.148,00	-3.1
EDIBLES DE PLANTAS, DE OTRA				
MANERA PREPARADAS O				
PRESERVADAS, YA SEA O NO				
CONTENIENDO EDULCORADO O				
SPIRIT, NESOI				
FRUTAS NESOI, FRESCAS	10.417.448,00	5.320.335,00	6.747.587,00	26.8
Resto de los productos	192.814.595,00	159.667.107,00	122.986.098,00	-22,97%
Total	552.055.149,00	644.458.343,00	1.109.626.070,00	72,18%

EXPORTACIONES DESDE JURISDICCION CLANG A ARGENTINA PARA CONSUMO- por prod., valor nominal (US\$)

Descripción	2016	2017	2018	Var % 2017 -
				2018
AERONAVES, MOTORES Y PIEZAS CIVILES	300.165.595	358.307.147	193.109.155	-46.1
MEDICAMENTOS (EXCEPTO VACUNAS ETC., VENDAS O FERMACEUTICAS, DE PRODUCTOS (MEZCLA O NO) PARA USOS TERAPÉUTICOS, EN DOSIS O EN FORMA DE VENTA DE RETAIL	42.239.516	74.441.804	57.942.139	-22.2
AUTOMATICO DE PROCESAMIENTO DE DATOS Y UNIDADES DE LAS MISMAS; LECTORES MAGNETICOS U OPTICOS, MACHINES PARA TRANSCRIBIR Y PROCESAR DATOS Codificados, NESOI	6.043.621	4.930.473	8.627.695	75.0
VIDEO GAME CONSOLAS Y MAQUINAS, ARTICULOS PARA JUEGOS ARCADE, TABLE O PARLOR, INCL PINBALL MACHINES, BILLIARDS ETC; EQUIPO DE BOLERA AUTO; Piezas	21.926.484	29.789.515	8.618.610	-71.1
INSTRUMENTOS Y APARATOS UTILIZADOS EN CIENCIAS MEDICALES, SURGISIOS, DENTALES O VETERINARIAS (INCLUYENDO ELECTRO-MEDICAL Y SIGHT-TESTING); PARTES, ETC.	6.801.857	11.128.849	6.431.562	-42.2
CARBONATOS; PEROXOCARBONATOS (PERCARBONATOS); CARBONADO DE AMMONIUM COMERCIAL QUE CONTIENE CARBAMATE DE AMMONIUM	2.189.584	12.455.868	6.248.081	-49.8
INSECTICIDAS, RODENTICIDAS, FUNGICIDAS, HERBICIDAS, PRODUCTOS ANTISPROUTANTES ETC., ENVASADOS PARA VENTA AL POR MENOR O COMO PREPARACIONES O ARTÍCULOS	2.733.087	10.090.816	6.192.342	-38.6
SEMILLAS, FRUTAS Y SPORAS, DE UN TIPO UTILIZADO PARA SOWING	11.112.826	9.210.009	5.989.148	-35.0
APARATO ELECTRICO PARA LA TELEGRAFIA DE LINEA O LA TELEGRAFIA DE LINEA, INCLUYENDO DICHOS APARATOS PARA SISTEMAS DE LINEA DE PORTADORA O DIGITAL; PARTES DE LAS MISMAS	5.538.395	15.946.813	5.591.474	-64.9
CONDES HOP, FRESCOS O SECOS, YA SEA O NO BAJO, POTENCIADO O EN LA FORMA DE PELLETS; LUPULIN	1.782.232	4.522.169	5.589.959	23.6

MAQUINARIA DE IMPRESIÓN	1.457.884	4.148.326	5.243.098	26.4
(INCLUIDAS LAS MÁQUINAS DE	1.157.004		3.2 /3.030	20.4
IMPRESIÓN DE CHORRO DE TINTA,				
EXCEPTO LAS DEL 8471); MACHINES				
PARA USO ANCILLARIO A LA				
IMPRESIONANTE; PARTES DE LAS				
MISMAS				
AGUAS, INCLUYENDO AGUAS	4.002.136	4.901.967	4.978.836	1.6
MINERALES Y AGUAS AIREADAS, QUE				
CONTIENEN SWEETENING O FLAVORED				
ADICIONALES, Y OTRAS BEBIDAS NO				
ALCOHOLICAS NESOI				
INSTRUMENTOS Y APARATOS PARA	697.298	176.646	4.971.373	2714.3
MEDIR O VERIFICAR EL FLUJO, NIVEL,				
PRESION U OTROS VARIABLES DE				
LIQUIDOS O GASES, NESOI; PIEZAS Y				
ACCESORIOS				
MAQUINARIA PARA LA CLASIFICACIÓN,	224.075	332.707	4.430.158	1231.5
MOLIENDA, ETC. MINERALES;				
MACHINERY PARA AGLOMERAR ETC.				
PRODUCTOS MINERALES Y PARA				
FORMAR MOLDES DE FUNDACIÓN DE				
SAND; PARTES DE LAS MISMAS				
CENTROS DE MECANIZADO, MAQUINAS	4.696.066	4.403.270	4.261.110	-3.2
DE CONSTRUCCIÓN DE UNIDADES Y				
MÁQUINAS DE TRANSFERENCIA DE				
MULTISTACIÓN, PARA METALES DE				
TRABAJO				
X-RAY ETC. APARATOS, INCLUYENDO	2.448.528	4.492.476	3.942.185	-12.2
RADIografía o radioterapia APPARATUS,				
tubos y generadores de X-RAY,				
generadores de alta tensión ETC.; PIEZAS				
Y ACCESORIOS				
MATERIALES O REAGENTES DE	3.956.545	4.734.537	3.486.122	-26.4
LABORATORIO, OTROS DE LAS				
PREPARACIONES FARMACUALES DE LA				
SECIÓN 3002 O 3006				
Resto de los productos	99.697.482	118.375.795	96.005.634	-18,90%
Total	517.713.211	672.389.187	431.658.681	-35,80%

FUENTE: usitc.gov

EXPORTACIONES DEL MUNDO TOTALES A JURISDICCIÓN CLANG PARA CONSUMO- por país, valor nominal (US\$)

	Pais	2016	2017	2018	Var % 2017 - 2018
1	China	181.200.768.630	196.397.069.123	214.437.954.003	9.2
2	Mexico	58.367.092.290	58.723.777.125	63.272.785.498	7.7

3	Japon	53.944.881.653	54.579.070.334	57.712.983.590	5.7
4	Canada	31.860.360.029	36.020.823.162	38.741.984.241	7.6
	Corea del				
5	Sur	25.479.592.288	26.948.507.835	28.748.306.566	6.7
6	Vietnam	17.965.456.346	21.140.162.953	23.139.498.265	9.5
7	Taiwan	17.585.775.941	19.358.420.612	20.785.099.722	7.4
8	Malasia	19.985.753.706	20.015.455.873	20.318.464.916	1.5
9	Alemania	13.769.644.458	13.950.624.372	14.039.288.426	0.6
10	Tailandia	13.173.605.640	13.460.298.878	13.823.260.060	2.7
<mark>37</mark>	Argentina	552.055.149	644.458.343	1.109.626.070	72.2
	Resto	103.282.392.481	113.166.816.498	129.183.532.749	14,15%
	Total	536.615.323.462	573.761.026.765	624.203.158.036	8,79%

FUENTE: usitc.gov

EXPORTACIONES TOTALES DESDE JURISDICCIÓN CLANG- por país, valor nominal (US\$)

					Var % 2017 -
	Pais	2016	2017	2018	2018
1	China	52.735.187.608	58.066.311.895	54.089.841.122	-6.8
2	Japan	31.490.622.008	32.401.898.641	34.937.139.677	7.8
3	Mexico	27.553.348.826	27.223.886.196	29.938.078.369	10.0
4	Corea del Sur	21.621.519.294	22.172.308.264	24.690.823.527	11.4
5	Canada	18.814.948.201	20.104.215.877	22.579.921.016	12.3
6	Taiwan	13.755.922.401	12.667.686.078	13.224.978.279	4.4
7	Australia	9.339.065.509	10.333.155.260	10.171.906.102	-1.6

8	Hong Kong	10.229.163.687	11.215.245.051	9.930.288.654	-11.5
9	Reino Unido	8.014.150.440	8.530.020.485	9.499.210.617	11.4
10	Singapur	8.940.268.461	9.220.590.770	8.520.970.079	-7.6
<mark>52</mark>	<u>Argentina</u>	450.837.521	564.468.187	352.212.883	-37.6
	Resto	90.182.389.876	93.118.286.942	93.404.522.915	0,31%
	Total	292.676.586.311	305.053.605.459	310.987.680.357	1,95%

FUENTE: usitc.gov

Nuestro país ocupó en el año 2018 la posición número 37 en orden de importancia como proveedor de los puertos de la región. Por su parte como mercado receptor de las exportaciones desde los puertos de la región a la Argentina alcanzó la posición número 52.

Características del mercado regional.

En líneas generales es dable afirmar que además de su abundancia y variedad geo económica, la Región Costa Oeste de Los Estados Unidos es sin duda una de las zonas que detenta mayor riqueza económica dentro de la principal potencia económica del mundo, tanto en términos de su nivel de actividad cómo en lo que se refiere a su desarrollo demográfico.

La región de marras, representa el 23,27% de total del producto bruto interno (PBI) y el 21,46% de la población de los EE.UU.

Por su parte, **California** es el estado con mayor población en los EEUU con casi 40 millones de habitantes y con un producto bruto interno de USD 2,96 billones, lo cual la posiciona como la quinta economía del mundo, entre Alemania y el Reino Unidos

C uadro comparativo Estados jurisdicción (2018)

Pos.	Estado	PBI (millones)		Población (millor	nes)
1	California	\$2.968.120	62.2%	39,56	56.3%
2	Washington	\$563.150	12%	7,54	10,8%
3	Arizona	\$346.790	7,25%	7,17	10,3%

4	Oregon	\$238.680	5 %	4,19	5,9%
5	Utah	\$177.340	3,70%	3,16	4,5%
6	Nevada	\$165.800	3,45%	3,03	4,4%
7	Hawaii	\$92.030	1,92%	1,42	2%
8	Idaho	\$77.000	1,62%	1,75	2,5%
9	Alaska	\$54.010	1,22%	0,74	1%
10	Montana	\$48.970	1%	1,06	1,5%
11	Wyoming	\$39.370	0,82%	0,58	0,8%
	TOTAL	\$ 4.771.260	100%	70,2 millones	100%

En relación con las distintas actividades económicas que se desarrollan en la región cabe desatacar la preponderancia de la región en los siguientes sectores: la tecnología de la información; la industria aeroespacial; la tecnología relacionada con el medio ambiente; la agricultura, la ganadería y la pesca; el sector de construcción; el comercio minorista; los servicios inmobiliarios, técnicos, profesionales y administrativos; la industria del espectáculo y el entretenimiento; y finalmente, pero no menos importante, el turismo.

Empresas destacadas en la región y productos con potencial.

Empresas Fortune 500 en jurisdicción

(en orden de facturación 2018. Selectos ejemplos por cada estado)

<u>Arizona</u>

Rank	Empresa	Facturacion
165	Avnet	\$19,036.9
170	Freeport-McMoRan	\$18,628.0
314	Republic Services	\$10,040.9

<u>California</u>

Rank	Empresa	Facturacion
3	Apple	\$265,595.0
11	Chevron	\$166,339.0
15	Alphabet	\$136,819.0
29	Wells Fargo	\$101,060.0
43	Intel	\$70,848.0
53	Walt Disney	\$59,434.0
55	НР	\$58,472.0
57	Facebook	\$55,838.0
64	Cisco Systems	\$49,330.0
81	Oracle	\$39,831.0
102	Hewlett Packard Ente	erprise \$30,852.0
129	Amgen	\$23,747.0
137	Qualcomm	\$22,732.0
139	Gilead Sciences	\$22,127.0
144	Tesla	\$21,461.3
146	CBRE Group	\$21,340.1
150	Broadcom	\$20,848.0
152	Western Digital	\$20,647.0
153	Visa	\$20,609.0
157	AECOM	\$20,155.5
158	Synnex	\$20,053.8

168	Molina Healthcare	\$18,890.0
182	Applied Materials	\$17,253.0
183	PG&E	\$16,759.0
186	Gap	\$16,580.0
197	Netflix	\$15,794.3
204	PayPal Holdings	\$15,451.0
209	Ross Stores	\$14,983.5
240	salesforce.com	\$13,282.0

<u>Idaho</u>

Rank	Empresa	Facturacion
52	Albertsons	\$59,924.6
105	Micron Technology	\$30,391.00

<u>Nevada</u>

Rank	Empresa	a Factur	
230	Las Vegas Sands	\$13,72	29.0
266	MGM Resorts Interna	ntional	\$11,763.1
365	Caesars Entertainmen	nt	\$8,391.0
448	Wynn Resorts	\$6,717	7.7

<u>Oregon</u>

Rank	Empresa	Facturacion
90	Nike	\$36,397.0

265 Lithia Motors \$11,821.4

Washington

Rank	Empresa	Facturacion	
5	Amazon.com	\$232,887.0	
14	Costco Wholesale	\$141,576.0	
26	Microsoft	\$110,360.0	
28	Boeing*	\$101,127.0	
121	Starbucks	\$24,719.5	
130	Paccar	\$23,495.7	
196	Nordstrom	\$15,860.0	
280	Expedia Group\$11,223.0		

^{*}Casa matriz en Chicago, IL pero actividad de hecho en el estado de WA

Fuente: https://fortune.com/fortune500/2019/

Productos con potencial para la jurisdiccion

Vinos

Los vinos argentinos gozan de amplia popularidad en la región a raíz de un trabajo de introducción de marca en relación a vinos de producción argentina desde hace alrededor de diez años. No obstante esto, se destacan los siguientes obstáculos para aquellos importadores que deseen entrar al mercado:

- Luego de años de elevada popularidad, se observa una recaída en la demanda de consumidores en relación al vino Malbec, variedad más popular de las importadas desde la Argentina.
- Dada la gran variedad de oferta en el mercado, nuevas marcas muestran mayores desafíos y por ende los importadores se ven más reacios a incurrir en riesgos.

Por lo antes expresado, los importadores sugieren que los productores argentinos ofrezcan vinos con una excelente relación precio/calidad para lograr contrarrestar algunas de las dificultades que el

mercado actual presenta en la región.

Cabe destacar, además, que ciertos importadores mencionaron que los vinos de uva blanca sudamericanos muestran un crecimiento en popularidad, presentando una oportunidad viable para exportadores argentinos, especialmente en las variedades "Torrontés" y "Sauvignon Blanc".

Peras Frescas

Por las excelentes características de sus regiones productivas y por la adecuación tecnológica, la Argentina ha logrado en los últimos años posicionarse como uno de los líderes exportadores mundiales de peras, fruta que se destina fundamentalmente al mercado europeo y al de Estados Unidos en contra-estación, y, en menores volúmenes, a otros países del continente americano, especialmente del Mercosur.

Estas favorables características y la alta calidad que las peras frescas nacionales presentan, sumado a la tendencia estable que se observa en la demanda y consumo de esta fruta en los Estados Unidos, generan un creciente mercado de las importaciones, especialmente fuera de temporada local de este alimento. Esto se debe a que la mayor parte del comercio de venta libre de temporada se produce entre los países del norte y del hemisferio sur, que a menudo tienden a tener enfrentados ciclos de producción.

Mejoras en el transporte y la refrigeración también han hecho más fácil el envío de productos frescos. Las importaciones estacionales de EE.UU. de frutas son suministradas por Argentina, Australia, Chile, Perú y Sudáfrica, pero también en cierta medida México y algunos países de América Central.

Existe cada vez mayor interés en las peras orgánicas provenientes de Argentina, lo que representa una oportunidad comercial.

Aceite de oliva

Las ventas al exterior de aceite de oliva mostraron un casi imperceptible repunte del 0,1% en los primeros cinco meses del 2019 medidas en forma interanual, según informó IES Consultores

Entre enero y mayo, las exportaciones sumaron US\$ 17,3 millones, mientras que medidas en cantidades presentaron una expansión del 11,8%, al totalizar 4.452 toneladas. Esto refleja que los precios en el mercado mundial tuvieron una baja. En tanto, las exportaciones de aceitunas registran US\$ 25,7 millones en los primeros cinco meses de 2019, una merma del 4,9% con respecto al período anterior, mientras que en cantidades se enviaron al exterior 19 mil toneladas, una caída del 7,8%. "La disparidad entre valores y cantidades en el acumulado de cinco meses de 2019 responde a una caída del 10,4% del precio medio de exportación de aceite de oliva y una leve suba del 3,2% en precio medio de las ventas externas de aceitunas", indicó el informe. De los 11 países a los que se

exportaron en los primeros cinco meses de 2019, se destacan Brasil, España y los Estados Unidos

Brasil acaparó, en el período analizado, el 64,2% de las exportaciones medidas en toneladas y del 72,3% tomada en valores, mientras que España recibió el 22,2% en volúmenes y el 12,4% en valores, mientras que los norteamericanos el 5,5% en toneladas y 5,6% registradas en valores. Para Alejandro Ovando, director de IES Consultores, "el sector olivícola presenta perspectivas favorables para seguir aumentando la comercialización interna y externa de aceitunas y aceites en los próximos años".

(https://www.grupolaprovincia.com/economia/leve-repunte-de-exportaciones-de-aceite-de-oliva-326197)

Langostinos

"A pesar de una baja en los precios, que comenzaron a registrarse en 2018, las importaciones tanto de Estados Unidos como de Europa disminuyeron durante el primer trimestre de 2019 en comparación con el mismo período del año pasado", expone el informe de Globefish.

En ese sentido, menciona como causal los mercados saturados de camarones y los stocks disponibles sin vender a lo largo de la cadena de distribución. Se trata de partidas que también alimentó el langostino argentino ya desde el inicio de 2019 y donde también confluyen productos de la acuicultura.

	2017	2018	2019	% Change 2019/2018
Exports				
India	95.8	117.7	125.4	+6.5
Ecuador	93.4	112.8	140.3	+24.3
Viet Nam*	51.8	61.6	62.9	+2.1
Indonesia	41.0	48.9	45.7	-6.4
China	37.2	39.8	35.1	-12.0
Thailand	40.5	37.4	35.9	-3.9
Argentina	32.0	34.1	33.1	-2.9
Imports				
EU28	169.	6 183.2	2 175.6	-4.1
China	27.6 (**82	No. of the Control of	138.1	+245 (+68)
United States of America	134.	1 155.5	146.3	-5.8
Viet Nam	77.2	92.2	56.1	-39.0
Japan	46.0	43.8	44.1	+0.7
Republic of Korea	14.2	18.3	18.4	+0.1
Canada	10.9	11.9	12.8	+10.4

En el cuadro, elaborado por la FAO con datos del primer trimestre 2019, nuestro país figura como el séptimo exportador en importancia a escala global detrás de India, Ecuador, Vietnam, Indonesia, China y Tailandia, aunque con una caída interanual del 2,9 por ciento.

https://pescachubut.com/argentina-septimo-exportador-de-langostino-en-la-escala-global-de-acuerdo-a-la-fao/

<u>Carne</u>

El mercado estadounidense es el principal consumidor de productos cárnicos en todo el mundo. Si bien presenta una alta oferta de estos productos, en la actualidad los consumidores tienden a una visión más crítica respecto a las prácticas de producción nacionales y condiciones de vida a las que se somete a los animales bovinos, iniciando así una ola de aumento de exigencias y demandas de estos consumidores y de grupos proteccionistas. Este punto se traduce en la tendencia actual, respecto a uso de un gran número de certificaciones como elemento diferenciador de productos en el mercado, el cual genera transparencia, confianza y una mejor recepción por parte de los consumidores, y una mayor propensión a discernir a la hora de consumir el producto.

Así, sellos como "Grass Fed" (alimentados naturalmente), NON-GMO (producto sin modificaciones genéticas), orgánico, trato justo y trato humano, son conceptos cada vez más presentes en los productos de marcas nacionales, marcas propias y marcas foráneas.

Si bien Estados Unidos presenta una de las mayores industrias cárnicas del mundo, estas nuevas exigencias están presentando un desafío para las grandes compañías que dominan el mercado.

El mercado de carne Argentina a los Estados Unidos fue cerrado durante 17 años, hasta la reciente firma de un convenio con el gobierno norteamericano que permite la entrada de producto nacional con un tope de 20.000 toneladas anuales bajo los más estrictos estándares de calidad.

La principal oportunidad del producto argentino se encuentra en entrar dentro de las categorías de productos con valor agregado en términos de condiciones y formas de producción. Dadas las altas economías de escala que presentan las industrias locales, se vuelve un desafío complejo competir en precios, por lo que se recomienda entrar en segmentos enfocados en comercio justo, crianza y producción natural y certificaciones internacionales. La demanda de los Estados Unidos por producto argentino se enfoca en la genética y el sistema de producción argentino, libre de hormonas y promotores de crecimiento, el gran trabajo de la industria frigorífica y, en definitiva, la terneza, jugosidad y gran sabor de nuestra carne.

Limones

Estados Unidos es el principal origen de importación mundial de limones. De acuerdo al último informe del USDA la producción de limones creció sólo un 1% en la cosecha 2017/2018 y con la

caída de la oferta de limones californianos durante la temporada de verano los precios minoristas y mayoristas del producto crecieron significativamente. En promedio la importación de limones representa el 20-25% de la oferta del producto en el mercado.

En el Harmonized Tariff Schedule el ingreso del producto es a través de la posición 0850.50.20. El arancel de importación general es 2.2¢/kg. Los impuestos internos por Estado pueden consultarse en el siguiente link: http://thestc.com/Strates.stm

La agencia encargada de la inspección y supervisión del ingreso es el Departamento de Agricultura de los Estados Unidos (USDA). Las condiciones de acceso se encuentran en el siguiente link (https://epermits.aphis.usda.gov/manual/index.cfm?action=cirReportP&PERMITTED_ID=10596912)

El ingreso del producto está sujeto a inspección en el puerto de entrada, la fruta debe estar prácticamente desprovista de hojas, follaje, ramas y otras partes de plantas. Asimismo el producto debe estar acompañado del correspondiente certificado fitosanitario del SENASA en el cual se consigne que el producto está libre de plagas.

El producto sólo es admisible de las Provincias del Noroeste argentino: Catamarca, Jujuy, Salta y Tucumán.

Los productos deben ser cosechados entre el 1 de abril y 31 de agosto de cada año, si son amarillos o han sido cosechados entre el1de septiembre y 31de marzo deben ser tratados contra la plaga C. capitata.

Los requisitos de empaquetamiento, movimiento de la carga, identificación, almacenamiento se encuentran en el siguiente link: <a href="https://www.marketnews.usda.gov/mnp/fv-report-retail?repType=&run=&portal=fv&locChoose=&commodityClass=&startIndex=1&type=retail&class=FRUITS&commodity=LEMONS®ion=NORTHEAST+U.S.&organic=ALL&repDate=10/20/2018&endDate=10/26/2018&compareLy=Yes).

Servicios de IT

La industria de consultoría de IT comprende empresas que ayudan a otras a diseñar e implementar tecnología de sistemas de información (IT) e infraestructura. Las tendencias tecnológicas cambiantes han impulsado la demanda de nuevos servicios y alentado a las empresas a reemplazar la tecnología más antigua y tradicional. A medida que la economía continúa fortaleciéndose, las ganancias corporativas aumentarán aún más y lograrán una mayor inversión en computadoras y software.

En particular, el crecimiento en la demanda del sector de finanzas y seguros, que representa el mercado más grande para los operadores de la industria, se anticipa a beneficiar a la industria de consultoría de IT. Además, el cambio continuo a la nube informática y uso creciente de análisis de datos aumentará las preocupaciones de seguridad para empresas, precipitando el aumento de la

demanda para servicios de la industria. Como resultado de esta demanda, IBISWorld espera que los ingresos de la industria aumenten a una tasa anual de 2.4% en los cuatro años hasta 2023.

Sector Audiovisual

La industria cinematográfica estadounidense sigue dominando el mercado mundial. En el último lustro ha crecido un 2,9%, hasta alcanzar ingresos de 33.700 millones de dólares a mediados del 2019, beneficiándose de la demanda constante de entretenimiento, aunque desafiada por la interrupción de sus canales de distribución tradicionales. En el mismo período, el número de empresas del sector ha aumentado un 1,9% y el número de empleados un 1,5%.

En los próximos cinco años, hasta 2023, se espera que la industria mantenga un crecimiento modesto.

El cambio de los canales de distribución, junto con la ralentización de la taquilla y la continua disminución de las ventas de copias físicas, seguirá siendo un desafío para la industria. Adicionalmente, los nuevos reproductores digitales que ya han entrado en la producción de películas supondrán una amenaza para los grandes estudios.

No obstante, se espera que el fuerte incremento de la distribución extranjera ayude a impulsar los ingresos de la industria. De aquí a 2024, se prevé que los ingresos aumenten a una tasa anualizada del 1,9% hasta los 37.100 millones de dólares.

En 2018, la industria retuvo el 14,6% de los ingresos como ganancia, en comparación con el 11,0% en 2014. En 2019 se proyecta que la industria retendrá el 15,1%. El predominio de las principales compañías, que son altamente rentables, contribuye a los márgenes consistentemente altos de la industria.

Año	Ingresos (M USD)	Variación (%)
2014	29.172,6	-2,0
2015	30.521,0	4,6
2016	31.321,0	2,6
2017	31.969,5	2,1
2018	32.877,1	2,8
2019	33.723,2	2,6

Cómo exportar a la región o instalarse en la misma.

A los fines de comercializar productos argentinos en los EE.UU. se sugiere operar con un importador especializado que actúe, a la vez, como distribuidor de las exportaciones argentinas. Es esencial que dicho representante tenga ya un sólido asentamiento en el mercado, ya que será a través de él que los productos argentinos se distribuirán en este país.

Al momento de seleccionar un representante en los EE.UU., se sugiere corroborar los siguientes atributos:

- Reputación sólida en relación a bancos y proveedores
- Solvencia financiera
- Experiencia con el producto (o similares)
- Equipo de ventas
- Carpeta de clientes
- Conocimiento de las prácticas comerciales locales
- Conocimiento y aplicación de estrategias de marketing
- Conocimiento del segmento argentino-latino dentro del mercado total

Esto último es de gran importancia en el caso de los productos denominados "étnicos", que inicialmente sean de conocimiento limitado entre el público local. El desafío, sin embargo, radica en la expansión gradual de la oferta al mercado total a través de una estrategia atractiva para la población en general.

Para acceder al mercado norteamericano con mayor facilidad, también se sugiere a los pequeños y medianos empresarios la conformación de consorcios de exportación de forma tal de mancomunar esfuerzos. La inversión de tiempo y recursos que implica una operación de exportación podría resultar un difícil obstáculo de afrontar.

Asimismo, la participación en ferias es un mecanismo de gran utilidad, ya sea en carácter de observador/ra, cómo de expositor/ra. Asistir a este tipo de eventos permite, presentar y difundir el producto, como así también, evaluar en toda su dimensión los aspectos que hacen a la comercialización de productos a través del contacto con otros exhibidores y empresarios vinculados al sector.

Finalmente, la elaboración y difusión de información con el perfil de la empresa y los productos que comercializa para establecer contacto con empresas de este país es un requisito casi "sine qua non". Es de suma importancia contar con una página en internet, como así también con folletería transmisible a través del correo electrónico. Toda la información se debe presentar en idioma inglés e incluir datos, ilustraciones y fotos descriptivas. El mencionado material de promoción se puede remitir a este Consulado General y Centro de Promoción para ser distribuido entre aquellas

empresas de la región con interés en contactar empresarios argentinos, o también se puede enviar directamente a las firmas con las que el exportador argentino desee establecer vínculos.

<u>Cámaras sectoriales y de comercio destacadas en la región.</u>

West Coast Argentina Chamber of Commerce https://wc-acc.org

Los Angeles Chamber of Commerce <u>www.lachamber.com</u>

Latin Business Association - Los Angeles <u>www.lbausa.com</u>

Los Angeles Latino Chamber of Commerce https://lalcc.org/

California Chamber of Commerce <u>www.calchamber.com</u>

Foreign Trade Association of Southern California <u>www.ftasc.org</u>

Seattle Metropolitan Chamber of Commerce <u>www.seattlechamber.com</u>

San Francisco Chamber of Commerce <u>www.sfchamber.com</u>

State of Washington - Office of Trade & Economic Development www.commerce.wa.gov

Utah Department of Commerce https://commerce.utah.gov/

Las Vegas Chamber of Commerce <u>www.lvchamber.com</u>

Boise Metro Chamber of Commerce www.boisechamber.org

Las Vegas Latin Chamber of Commerce www.lvlcc.com

Alaska State Chamber of Commerce <u>www.alaskachamber.com</u>

Arizona Chamber of Commerce www.azchamber.com

Sacramento Chamber of Commerce <u>www.metrochamber.org</u>

San Jose - Silicon Valley Chamber of Commerce https://www.thesvo.com/

San Diego Chamber of Commerce <u>www.sdchamber.org</u>

Chamber of Commerce of Hawaii <u>www.cochawaii.com</u>

Montana Chamber of Commerce <u>www.montanachamber.com</u>

Oregon State Chamber of Commerce <u>www.oregonchamber.org</u>

Salt Lake Chamber of Commerce www.saltlakechamber.org

Principales ferias en la jurisdicción

Actividad	Descripción de la actividad	Ciudad donde se realiza la actividad	Fecha Estimada	Website
AUTOMOTIVE AFTERMARKE T PRODUCT EXPO-AAPEX SHOW	UNO DE LOS EVENTOS MÁS IMPORTANTES DEL MUNDO DE AUTOPARTES CON MÁS DE 25 AÑOS DE TRAYECTORIA	Sands Expo, LAS VEGAS	DEL 3 AL 5 DE NOVIEMBR E, 2020	https://www.aapexshow.com
E3 EXPO	LA ÚLTIMA EDICION RECIBIO A MAS DE 50.000 ASISTENTES Y ALBERGO A MAS DE 200 EXPOSITORES DE GRAN ENVERGADURA EN EL MUNDO DE LOS VIDEOJUEGOS, PRESENTANDO 1,600 PRODUCTOS.	Los Angeles Conventio n Center, LOS ANGELES	DEL 9 AL 11 DE JUNIO 2020	www.e3expo.com
GAME DEVELOPERS CONFERENCE	LA GAME DEVELOPERS CONFERENCE (GDC, LIT. CONFERENCIA DE DESARROLLADORES DE VIDEOJUEGOS EN ESPAÑOL) ES LA REUNIÓN ANUAL MÁS GRANDE DE DESARROLLADORES PROFESIONALES DE VIDEOJUEGOS, CUYOS OBJETIVOS SON EL APRENDER, INSPIRAR Y FORMAR CONEXIONES DENTRO DE LA INDUSTRIA.	Moscone Conventio n Center, SAN FRANCISC O	DEL 16 AL 20 DE MARZO, 2020 (conferenci a) - 18 AL 20 DE MARZO 2020 (Feria)	www.gdconf.com/expo

GAME CONNECTION AMERICA	EVENTO DEL SECTOR VIDEOJUEGOS ENFOCADO EN LA CONCRECIÓN DE NEGOCIOS Y NETWORKING	SAN FRANCISC O	MARZO 2020 (fecha a definir)	www.game-connection.com
IMEX AMERICA	UNA DE LAS PRINCIPALES FERIAS DEL TURISMO DE REUNIONES E INCENTIVOS EN EL MUNDO.	SANDS EXPO, LAS VEGAS	DEL 15 AL 17 SEPTIEMBR E, 2020	www.imexamerica.com
TECH CRUNCH	EVENTO PARA "START- UPS" CON PRODUCTOS O SERVICIOS INNOVADORES QUE ATRAE INVERSORES, MEDIOS Y PROFESIONALES A NIVEL MUNDIAL.	Moscone North Conventio n Center, SAN FRANCISC O	OCTUBRE, 2020 (fecha a definir)	https://techcrunch.com/events/ disrupt-sf-2019
MONEY 20/20	MONEY 20/20 ES LA FERIA MÁS GRANDE A NIVEL GLOBAL EN EL ÁMBITO DE SERVICIOS GLOBALES DE PAGO, COMERCIO CONECTADO EN EL CAMPO DE TECNOLOGÍA MÓBIL, RETAIL, SERVICIOS DE MARKETING, DATA Y TECNOLOGÍAS RELACIONADAS.	The Venetian Hotel, LAS VEGAS	DEL 25 AL 28 DE OCTUBRE, 2020	https://us.money2020.com/
COSMOPROF	FERIA ABIERTA SOLO A PROFESIONALES DEL SECTOR DE PRODUCTOS DE COSMÉTICA	Mandalay Bay Conventio n Center, LAS VEGAS	DEL 30 DE JUNIO AL 2 DE JULIO, 2020	https://cosmoprofnorthamerica .com/
NATURAL PRODUCTS EXPO WEST	UNA DE LAS FERIAS MÁS GRANDES DEL SECTOR A NIVEL MUNDIAL CON PRODUCTOS NATURALES, ORGÁNICOS, SALUD, Y ALIMENTOS PARA	Anaheim Conventio n Center, LOS ANGELES	DEL 5 AL 7 DE MARZO, 2020	www.expowest.com

	MASCOTAS			
	FEDIA ADIEDTA COLO A			
THE NAMM SHOW	FERIA ABIERTA SOLO A PROFESIONALES DE LA INDUSTRIA DE LOS INSTRUMENTOS MUSICALES E INSUMOS RELACIONADOS CON LA MUSICA	Anaheim Conventio n Center, LOS ANGELES	DEL 16 AL 19 DE ENERO, 2020	www.namm.org
MAGIC	FERIA MÁS IMPORTANTE EN EEUU DEL SECTOR TEXTIL Y MODA, SOLO ABIERTA A PROFESIONALES. EL SHOW ABARCA TODOS LOS AMBITOS DEL MUNDO DE LA MODA, DESDE TEXTILES, MANUFACTURA, DISTRIBUCIÓN E INDUMENTARIA PARA TODAS LAS EDADES. TAMBIÉN CUENTA CON UN PABELLÓN DE CALZADO.	Mandalay y Las Vegas Conventio n Centers - LAS VEGAS	2 EDICIONES ANUALES: 5 AL 7 FEBRERO 2020 Y AGOSTO 2020 (FECHAS A CONFIRMA R)	www.ubmfashion.com/shows/
LA SCREENINGS	CONTENIDOS DE TV. EN LA EDICION 2015, ASISTIERON 5 EMPRESAS ARGENTINAS Y SE CONTRATO UNA SUITE. PARTICIPAN EN FORMA INDEPENDIENTE, TELEFE Y ARTEAR.	Interconti nental Century City Hotel, LOS ANGELES	MAYO 2020 (FECHAS A CONFIRMA R)	http://www.lascreenings.org
AMERICAN FILM MARKET & LOCATION EXPO	EVENTO DE NETWORKING, VENTA Y FINANCIAMIENTO DE PRODUCTOS DE LA INDUSTRIA DEL CINE. EN CASO DE CONTAR CON LA LEY DE INCENTIVOS FISCALES A LAS	Lowes Santa Monica Hotel, LOS ANGELES	DEL 4 AL 11 DE NOVIEMBR E, 2020	https://americanfilmmarket.co <u>m</u>

	PRODUCCIONES EXTRANJERAS SERIA MUY CONVENITENEN PARTICITAR EN LOCATION EXPO A FIN DAR A CONOCER LOS INCENTIVOS Y ATRAER INVERSIONES.			
TRAVEL & ADVENTURE SHOW	UNA DE LAS PRINCIPALES FERIAS DEL TURISMO DEDICADA AL PÚBLICO EN GENERAL. EN PASADAS EDICIONES PARTICIPO EL MINISTERIO DE TURISMO CON EL APOYO DEL CONSULADO, NO SE REGISTRÓ PARTICIPACIÓN ARGENTINA EN LOS ÚLTIMOS AÑOS. ESTA FERIA SE REALIZA EN OTRAS CIUDADES DE LA JURISDICCIÓN (SAN FRANCISCO: 18.000 ASISTENTES Y SAN DIEGO: 15.000 ASISTENTES), PERO LA EDICIÓN EN LOS ANGELES ES LA MÁS IMPORTANTE.	Los Angeles Conventio n Center, LOS ANGELES	DEL 15 AL 16 DE FEBRERO 2020	https://travelshows.com/shows /los-angeles/
NAB SHOW	EVENTO DE INNOVACIÓN Y TECNOLOGÍA PARA MEDIOS DE COMUNICACIÓN	Las Vegas Conventio n Center, LAS VEGAS	DEL 19 AL 22 DE ABRIL, 2020	www.nabshow.com
JCK	PRINCIPAL FERIA ABIERTA A PROFESIONAES DEL SECTOR DE JOYAS.	Sands Expo, LAS VEGAS	DEL 2 AL 5 DE JUNIO, 2020	https://lasvegas.jckonline.com
THE INTERNATION AL SURFACE EVENT	ESTE EVENTO ALBERGA LAS FERIAS SURFACES, STONEXPO Y TILEXPO, CONVIRTIENDOSE EN UNA	Mandalay Bay Conventio n Center -	DEL 28 AL 30 DE ENERO, 2020	www.intlsurfaceevent.com

	DE LAS GRANDES EXPOSICIONES DEL SECTOR.	LAS VEGAS		
CES- CONSUMER ELECTRONIC SHOW	EL CES (CONSUMER ELECTRONIC SHOW) ES LA FERIA MÁS GRANDE A NIVEL MUNDIAL DE PRODUCTOS Y SERVICIOS TECNOLÓGICOS ENFOCADOS AL CONSUMIDOR. ES UNA FERIA DE AMPLIA TRAYECTORIA DONDE SE PRESENTAN LOS ÚLTIMOS PRODUCTOS QUE SERÁN PRESENTADOS AL MERCADO CADA AÑO.	11 predios feriales, LAS VEGAS	DEL 7 AL 10 DE ENERO, 2020	www.ces.tech
WINTER FANCY FOOD SHOW	PRINCIPAL FERIA ABIERTA A PROFESIONAES DEL SECTOR DE ALIMENTOS GOURMET. TIENE 2 EDICIONES: WINTER EN LA COSTA OESTE Y SUMMER EN LA COSTA ESTE DE LOS EEUU.	Moscone Conventio n Center - SAN FRANCISC O, CA	DEL 19 AL 21 DE ENERO, 2020	https://www.specialtyfood.com /shows-events/winter-fancy- food-show/
CONEXPO - CON/AGG	FERIA MAS IMPORTANTE EN EEUU DEDICADA A LA CONSTRUCCION	Las Vegas Conventio n Center, LAS VEGAS	10 al 14 de marzo 2020	https://www.conexpoconagg.co m/
World Rugby Sevens Series 2020	Promocion del turismo	Dignity Health Sports Park, LOS ANGELES, CA	29 DE FEBRERO AL 1 DE MARZO 2020	https://www.world.rugby/seven s-series/stage/1958/about
Forias aug		Γ		
Ferias que varian cada				

año				
SOLAR POWER INTERNATION AL	FERIA ABIERTA A PROFESIONALES DEL SECTOR DE ENERGIA SOLAR.	Anaheim Conventio n Center, LOS ANGELES	DEL 14 AL 17 DE SEPTIEMBR E DE 2020	www.solarpowerinternational.c om
BIO CONVENTION	FERIA ABIERTA A PROFESIONALES DEL SECTOR DE BIOTECNOLOGIA.	San Diego Conventio n Center - SAN DIEGO, CA	San Diego, CA: 8 AL 11 DE JUNIO 2020 Boston, MA: 14 AL 17 JUNIO 2021	https://convention.bio.org
PMA FRESH SUMMIT	FERIA ABIERTO SOLO A PROFESIONALES DEL SECTOR DE FRUTAS Y VERDURAS FRESCAS. CAMBIA DE UBICACIÓN ANUALMENTE.	varia cada año	REGRESA A CALIFONIA DEL 19 AL 21 DE OCTUBRE DEL 2023.	www.pma.com/events/freshsu mmit
NAFSA	FERIA ABIERTA A PROFESIONALES DEL SECTOR DE EDUCACION.	varia cada año	St. Louis, MO: 24 AL 29 DE MAYO 2020 Orlando, FL: 30 DE MAYO AL 4 JUNIO 2021	www.nafsa.org
PACK EXPO	FERIA ABIERTA A PROFESIONALES DEL SECTOR DE EMPAQUETADOS.	varia cada año	CHICAGO: 8 al 11 NOVIEMBR E 2020 LAS VEGAS: 27 AL 29 DE SEPTIEMBR E 2021	

Datos institucionales útiles (contacto del consulado y otras institucionales regionales relevantes).

- Página web: https://clang.cancilleria.gob.ar/
- Correo electrónico departamento comercial: secom_clang@mrecic.gov.ar
- Teléfono: +1 323 937-3873

12.Guía de Negocios Consulado General en Chicago

Relación comercial bilateral con los Estados comprendidos en la jurisdicción.

El Medio Oeste de los Estados Unidos (Midwest, en inglés) es una de las cuatro regiones establecidas por el US Census Bureau (www.bea.gov) y abarca los siguientes doce Estados: Illinois, Indiana, Iowa, Kansas, Michigan, Minnesota, Missouri, Nebraska, North Dakota, South Dakota, Ohio y Wisconsin.

DATOS BÁSICOS – REGIÓN MEDIO OESTE		
Superficie	1.943.844 km2 (EEUU 9,4 millones km2)	
Población	67 millones (EEUU 324 millones, 2015)	
Principales ciudades	Chicago 9,8 millones (Estado de Illinois)	
	Detroit 5,3 millones (Estado de Michigan)	
	Minneapolis-St. Paul 3,7 millones (Estado de Minnesota)	
	Cleveland 3,5 millones (Estado de Ohio)	
	St. Louis 2,9 millions (Estado de Missouri)	
	Kansas City 2,4 millones (Estado de Missouri)	
	Columbus 2,3 millones (Estado de Ohio)	
	Indianápolis 2,3 millones (Estado de Indiana)	
	Cincinnati 2,1 millones (Estado de Ohio)	

Milwaukee 2 millones (Estado de Wisconsin)

Fuente: Consulado Argentino en Chicago en base a datos del US Census Bureau año 2019

Geográficamente, el Medio Oeste se caracteriza por sus amplias llanuras que se extienden a lo largo de las cuencas de los ríos Mississippi y Missouri y, asimismo, por la región de los Grandes Lagos y los vastos bosques que cubren los Estados de Minnesota, Wisconsin y Michigan.

El 75% del transporte ferroviario de cargas norteamericano atraviesa horizontalmente los territorios de la región y la hidrovía del Mississippi lo hace verticalmente.

Es una de las zonas con menor densidad del país. Sus habitantes están distribuidos de manera irregular entre los distintos Estados que la componen, con una mayor concentración en Illinois, Ohio, Michigan, Indiana, Wisconsin, Minnesota y Missouri.

SUPERFICIE Y POBLACIÓN DE LA REGIÓN MEDIO OESTE			
Estado	Superficie en km2	Población (Censo 2010)	
Illinois	143.793	12.830.632	
Indiana	92.789	6.483.802	
Iowa	144.669	3.046.355	
Kansas	211.754	2.853.118	
Michigan	146.435	9.883.640	
Minnesota	206.232	5.303.925	
Missouri	178.040	5.988.927	
Nebraska	198.974	1.826.341	
North Dakota	178.711	672.591	
Ohio	105.829	11.534.504	
South Dakota	196.350	814.180	
Wisconsin	140.268	5.686.986	
Total Medio Oeste	1.943.844	66.925.001	
Total Estados Unidos	9.371.174	308.745.538	
Fuente: Consulado Argentino en Chicago en base a datos del US Census Bureau año 2019			

Políticamente, la región se destaca por poseer varios "swing states", es decir, Estados no identificados con alguno de los dos principales partidos nacionales. Más allá de esta realidad, los Estados de Illinois, Minnesota, Wisconsin y Michigan tienden a votar por los demócratas e Indiana es usualmente considerada un bastión republicano.

Los Estados tienen ciertas características comunes: el gobierno de cada Estado se funda en una Constitución escrita que no debe contradecir la Constitución Federal. La forma de gobierno de cada

Estado es republicana y está constituida por tres poderes: ejecutivo (el Gobernador del Estado y su Gabinete), legislativo (Congreso: Cámara y Senado, salvo Nebraska que es unicameral) y judicial (Tribunal del Estado).

La aplicación de las leyes de cada Estado corresponde al gobernador. En cada Estado existe una legislatura integrada por dos cámaras.

El Poder Judicial de los Estados está organizado jerárquicamente, al igual que el sistema federal: una Corte Suprema (que en algunos casos lleva un nombre diferente), un Tribunal Intermedio de Apelaciones y una serie de juzgados inferiores o de primera instancia, incluyendo a veces tribunales especiales.

La mayoría de los Estados se dividen en condados, generalmente administrados por un consejo de comisionados o supervisores elegidos.

Chicago, la tercera ciudad más grande de Estados Unidos, es la capital no oficial del Medio Oeste y constituye el principal centro económico, cultural y político de la región, así como también el mayor epicentro de transporte y logística.

ILLINOIS

Capital: Springfield.

Gobernador: J. B. Pritzker (Demócrata).

Ciudades importantes: Chicago, Rockford, Urbana–Champaign.

Superficie: 143.793 km2 (24º).

Población: 12.830.632 (5º).

Composición étnica: 67,8% Blancos, 15,1% Afroamericanos, 12,3% Hispanos, 3,4% Nativos

Americanos.

PBI nominal año 2018: US\$ 864.587 millones.

PBI per Cápita 2018: US\$ 59.980.

La ciudad de Chicago es la tercera ciudad de los Estados Unidos, detrás de Nueva York y Los Ángeles, y es el centro cultural y económico del Medio Oeste. Posee universidades, museos y teatros de renombre internacional y es el principal centro de convenciones de la región. Numerosas empresas multinacionales tienen su sede central en esta ciudad.

<u>INDIANA</u>

Capital: Indianápolis.

Gobernador: Eric Holcomb (Republicano).

Ciudades importantes: Fort Wayne, Evansville, South Bend.

Superficie: 92.788 km2 (38º).

Población: 6.483.802 (15º).

Composición étnica: 85,8% Blancos, 8,4% Afroamericanos, 3,5% Hispanos, 1% Asiáticos,

0,3% Nativos americanos.

PBI nominal año 2018: US\$ 366.706 millones.

PBI per Cápita 2018: US\$ 48.738.

Indiana es considerado un líder nacional en cuanto a la investigación, desarrollo y fabricación de baterías de última generación y vehículos eléctricos.

<u>IOWA</u>

Capital: Des Moines.

Gobernador: Kim Reynolds (Republicano).

Ciudades importantes: Iowa City, Cedar Rapids.

Superficie: 144.669 km2 (23º).

Población: 3.046.355.

Composición étnica: 91% Blancos, 3,8% Hispanos, 2,3% Afroamericanos, 1,5% Asiáticos,

0,5% Nativos americanos.

PBI nominal año 2018: US\$ 190.150 millones.

PBI per Cápita 2018: US\$ 54.101.

El Estado de Iowa es el principal productor de biocombustibles, maíz, huevos y carne de cerdo.

KANSAS

Capital: Topeka.

Gobernador: Laura Kelly (Demócrata).

Ciudades importantes: Wichita, Kansas City.

Superficie: 211.754 km2 (13º).

Población: 2.853.118 (33º).

Composición étnica: 83,1% Blancos, 7% Hispanos, 5,5% Afroamericanos, 1,7% Asiáticos y

0,9% Nativos americanos.

PBI nominal año 2018: US\$ 167.041 millones.

PBI per Cápita 2018: US\$ 52.297.

Kansas es el Estado con mayor concentración de compañías dedicadas a la fabricación de equipos de aviación.

MICHIGAN

Capital: Lansing.

Gobernador: Gretchen Whitmer (Demócrata).

Ciudades importantes: Detroit, Grand Rapids, Ann Arbor.

Superficie: 146.435 km2 (22º).

Población: 9.883.640 (8º).

Composición étnica: 78,9% Blancos, 14,0% Afroamericanos, 3,3% Hispanos, 1,8% Asiáticos,

0,6% Nativos americanos.

PBI nominal año 2018: US\$ 528.008 millones.

PBI per Cápita 2018: US\$ 46.858.

El Estado de Michigan es el mayor fabricante de automóviles del país. Allí se encuentran radicadas las compañías Ford, General Motors y Chrysler. Michigan ha atravesado un gran declive económico y demográfico debido a la crisis del sector automotriz 2008-2010. El surgimiento de una industria automotriz basada en tecnología le ha permitido recuperar su posición líder en el sector. Actualmente cuenta con una de las mayores concentraciones de fuerza laboral basada en tecnología, ingeniería y matemática.

MINNESOTA

Capital: Saint Paul.

Gobernador: Tim Walz (Demócrata).

Ciudades importantes: Minneapolis, Rochester, Duluth.

Superficie: 206.230 km2 (14º).

Población: 5.303.925 (21º).

Composición étnica: 88,2% Blancos, 3,5% Afroamericanos, 2,9% Hispanos, 2,9% Asiáticos,

1,1% Nativos americanos.

PBI nominal año 2018: US\$ 368.317 millones.

PBI per Cápita 2018: US\$ 59.057

Minnesota es conocida por las "Ciudades Gemelas" de Minneapolis-Saint Paul, una de las principales áreas metropolitanas de la región. El Estado es un líder nacional en fabricación de dispositivos y equipos médicos.

MISSOURI

Capital: Jefferson City.

Gobernador: Eric Greitens (Republicano).

Ciudades importantes: St. Louis, Kansas City, Springfield.

Superficie: 178.038km2 (18º).

Población: 5.988.927 (18º).

Composición étnica: 81% Blancos, 11,7% Afroamericanos, 2% Hispanos, 1,7% Asiáticos y

0,5% Nativos americanos.

PBI nominal año 2018: US\$ 317.749 millones.

PBI per Cápita 2018: US\$ 46.064.

Este Estado se destaca por sus recientes avances en el campo de la ciencia, la tecnología agrícola y la biotecnología. Monsanto, una de las compañías biotecnológicas más grandes de América, tiene su sede en la ciudad de St. Louis.

NEBRASKA

Capital: Lincoln.

Gobernador: Pete Ricketts (Republicano).

Ciudades importantes: Omaha, Bellevue.

Superficie: 198.973km2 (15º).

Población: 1.826.341.

Composición étnica: 82% Blancos, 4,5% Afroamericanos, 4% Hispanos, 1,8% Asiáticos y 1% Nativos

americanos.

PBI nominal año 2018: US\$ 122.966 millones.

PBI per Cápita 2018: US\$ 58.141.

La industria ganadera es la principal actividad económica del Estado. Warren Buffett, uno de los hombres más ricos del mundo, propietario del conglomerado Berkshire Hathaway, mantiene su residencia allí.

NORTH DAKOTA

Capital: Bismarck.

Gobernador: Doug Burgum (Republicano).

Ciudades importantes: Fargo.

Superficie: 178.709 km2 (17º).

Población: 672,591 (48º).

Composición étnica: 88,7% Blancos, 5% Nativos americanos, 1,3% Hispanos, 1,2% Afroamericanos y

1% Asiáticos.

PBI nominal año 2018: US\$ 54.714 millones.

PBI per Cápita 2018: US\$ 67.308.

North Dakota es el principal productor de miel y girasoles en los Estados Unidos.

<u>OHIO</u>

Capital: Columbus.

Gobernador: Mike DeWine (Republicano).

Ciudades importantes: Cleveland, Cincinnati.

Superficie: 105.826km2 (35º).

Población: 11.536.504 (7º).

Composición étnica: 85,0% Blancos, 11,5% Afroamericanos, 1,9% Hispanos, 1,2% Asiáticos y

0,2% Nativos americanos.

PBI nominal año 2018: US\$ 676.192 millones.

PBI per Cápita 2018: US\$ 51.456.

Ohio es comúnmente conocido como la Capital Industrial del país. Es sede de importantes empresas tales como Procter & Gamble, Goodyear y Macy's.

SOUTH DAKOTA

Capital: Pierre.

Gobernador: Kristy Noem (Republicano).

Ciudades importantes: Sioux Falls.

Superficie: 196.350 km2.

Población: 814.180.

Composición étnica: 88,0 % Blancos, 8,3 % Nativos americanos, 1,4 % Hispanos, 0,6 % Asiáticos y

0,6 % Afroamericanos.

PBI nominal año 2018: US\$ 51.997 millones.

PBI per Cápita 2018: US\$ 51.581.

South Dakota alberga uno de los principales parques nacionales, el Mount Rushmore conocido por las esculturas de cuatro ex-presidentes estadounidenses. Si bien su economía está basada en la agricultura, hoy en día los hospitales y las compañías financieras se encuentran entre los principales empleadores del Estado.

WISCONSIN

Capital: Madison.

Gobernador: Tony Evers (Demócrata).

Ciudades importantes: Milwaukee, Appleton.

Superficie: 140.268 km2 (25º).

Población: 5.686.986 (20º).

Composición étnica: 83,3% Blancos, 6,3% Afroamericanos, 2,9% Hispanos, 2,3% Asiáticos y

1% Nativos americanos.

PBI nominal año 2018: US\$ 336.971 millones.

PBI per Cápita 2018: US\$ 51.575.

El Estado de Wisconsin es el principal centro de producción de lácteos del país.

Comercio Bilateral

El comercio total (exportaciones más importaciones) entre la Argentina y el Medio Oeste en 2018 fue de US\$1.832 millones lo que implicó un incremento del 5,4% en relación con los US\$ 1.737 millones de 2017.

Exportaciones argentinas al Medio Oeste

En 2018 las exportaciones argentinas hacia el Medio Oeste alcanzaron los U\$ 315,6 millones, lo que implicó un leve aumento con respecto a los U\$ 300,1 millones de 2017.

Las exportaciones al Medio Oeste representaron en 2018 un 6,4% del total de nuestras ventas a los EEUU.

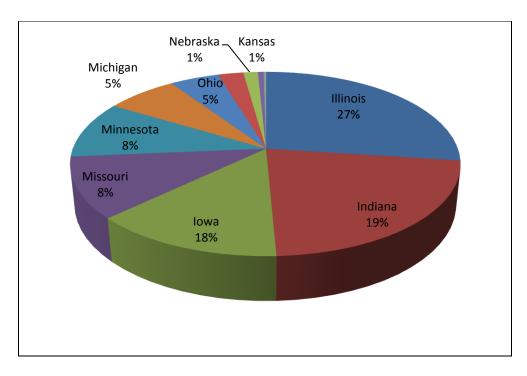


Fuente: Consulado Argentino en Chicago en base a datos del US Census Bureau año 2019

El principal destino de las exportaciones argentinas a esta región en 2018 fue el Estado de Illinois,

con aproximadamente un tercio del total de nuestras ventas al Medio Oeste (27%). En segundo lugar se ubicó el Estado de Indiana con un 19% seguido de Iowa (18%) y Missouri (8%).

Exportaciones Argentinas hacia el Medio Oeste 2018



Fuente: Consulado Argentino en Chicago en base a datos del US Census Bureau año 2019

En lo que hace a la distribución por productos, los principales 10 productos exportados por la Argentina en el año 2018 al Medio Oeste fueron:

PRINCIPALES 10 PRODUCTOS EXPORTADOS POR LA ARGENTINA AL MEDIO OESTE - AÑO 2018	US\$
Total	315.681.664
350300 Gelatinas y sus derivados	26.930.418
870422 Vehículos p/transporte de mercadería,c/carga máxima entre 5 y 20 toneladas	24.358.675
870210 Vehículos automóviles p/transporte >= a 10 personas,c/motor de émbolo o pistón	23.428.627
350110 Caseina	21.565.534
220421 Vinos ncop.en envases > a 2l.	21.414.398
100510 Maíz para siembra	19.311.302
350790 Enzimas	16.002.584
071320 Garbanzos	9.439.916
200939 Jugos de cítricos ncop	8.158.036
120110 Porotos de soja	7.825.670

Importaciones argentinas desde el Medio Oeste

Las importaciones argentinas procedentes del Medio Oeste durante 2018 fueron de US\$ 1.517 millones. Esto implicó un aumento del 5,4% en comparación con los US\$ 1.439 millones del año anterior.

Los principales Estados proveedores de nuestras compras fueron, en orden decreciente, los Estados de Illinois (30%), Michigan (17%), Indiana (14%) y Ohio (13%).

PRINCIPALES 10 PRODUCTOS IMPORTADOS POR LA ARGENTINA DESDE EL MEDIO OESTE - AÑO 2018	US\$
Total	1.517.191.596
120190 Porotos de soja	185.772.691
300490 Medicamentos	104.206.770
880000 Aviones y sus partes	49.940.630
380893 Herbicidas	41.822.321
870840 Cajas de cambio para automóviles	40.064.882
870850 Ejes c/diferencial p/vehículos motocultores o tractores de orugas o tractores ncop	23.205.579
870195 Tractores, excediendo 130Kw	22.182.183
870324Vehículos p/transporte de personas, de cilindrada > a 3000cm3.,motor de émbolo o pistón, encendido por chispa	18.656.345
100510 Semillas de maíz	18.444.845
300215 Productos inmunológicos	16.134.210

Fuente: Consulado Argentino en Chicago en base a datos del US Census Bureau año 2019

Saldo comercial

El saldo comercial, deficitario para nuestro país, fue de US\$ 1.201 millones en 2018. Esto representó un incremento del 5% en comparación con el déficit de US\$ 1.140 millones de dólares del 2017. Esto se debe principalmente a un leve aumento registrado en las importaciones argentinas desde la región Medio Oeste durante 2018.

El mayor déficit de nuestro comercio bilateral fue con el Estado de Ohio (30% del total), se guido por Illinois (21%), Michigan (13%) e Indiana (12%).

BALANZA COMERCIAL BILATERAL ENTRE LA ARGENTINA Y EL MEDIO OESTE DE LOS ESTADOS UNIDOS (en US\$)			
OMIDOS (en USS)			
	Año 2018		
Estado	Exportaciones Argentinas hacia el Medio Oeste	Importaciones Argentinas desde el Medio Oeste	Saldo
Ohio	15,612,612	383,922,244	-368,309,632
Illinois	86,949,280	347,221,684	-260,272,404
Michigan	16,806,806	169,523,958	-152,717,152
Indiana	61,256,953	209,104,668	-147,847,715
Wisconsin	9,010,844	115,151,895	-106,141,051
lowa	60,902,170	87,689,638	-26,787,468
Minnesota	25,155,427	66,169,393	-41,013,966
Missouri	26,063,641	47,337,301	-21,273,660
Kansas	6,572,026	37,583,531	-31,011,505
Nebraska	5,013,724	32,311,823	-27,298,099
North Dakota	1,437,301	10,620,056	-9,182,755
South Dakota	900,880	10,555,405	-9,654,525
Total	315,681,664	1,517,191,596	-1,201,509,932

Fuente: Consulado Argentino en Chicago en base a datos provistos por el US Census Bureau año 2019

<u>Inversiones</u>

IED de Estados Unidos en la Argentina

Estados Unidos es el primer país de origen de los anuncios de inversión internacionales, US\$ 7.951 millones, provenientes de 68 empresas para 91 proyectos principalmente en los sectores de bienes de consumo (31%), bienes industriales (20%), generación de energía (11%), petróleo y gas (10%), desarrollos inmobiliarios, minería y agroindustria (5%).

Dentro de las firmas de la región del Medio Oeste que efectuaron importantes anuncios de inversión en Argentina en los últimos años, se destaca el realizado por General Motors de US\$ 1.240

millones.

Durante el 2017, la multinacional Dow Chemical anunció una inversión de US\$ 210 millones en su planta petroquímica de Bahía Blanca, además del proyecto de inversión anunciado junto con YPF, de aproximadamente US\$ 190 millones para el desarrollo de Vaca Muerta.

La automotriz Ford Motor Company invirtió US\$ 220 millones en la modernización de su planta productiva de General Pacheco, Provincia de Buenos Aires.

Arcos Dorados (McDonald's Argentina) invirtió US\$100 millones en el 2019 para modernizar y abrir nuevos locales.

John Deere, uno de los principales fabricantes de maquinaria agrícola a nivel mundial, anunció en el 2019 la adquisición de King Agro, compañía argentina especializada en la fabricación de partes para pulverizadoras.

Monsanto invertirá US\$ 10 millones de dólares en ampliar su planta localizada en Rojas, Provincia de Buenos Aires, impulsando de esta forma su negocio de maíz en el país.

Procter & Gamble anunció inversiones por más de US\$ 50 millones para la modernización y ampliación de su planta de Pilar, Buenos Aires.

Whirlpool invirtió US\$ 300 millones para producir en el país cocinas, lavarropas y heladeras con tecnología de última generación.

Las siguientes son las principales empresas de la región que poseen inversiones en nuestro país:

Empresas del Medio Oeste con inversiones en la Argentina			
Sector	Compañía	Actividad	
	Monsanto	Manufactura	
	Ingredion		
	Cargill	Manufactura	
Agroindustria y Alimentos	General Mills	Manufactura	
	CHS Inc	Ventas, Marketing y Soporte	
	Archer Daniels Midland Co	Logística, Distribución Transporte	
	Mead Johnson Nutrition	Manufactura	
	Mondelez International	Manufactura	

	Mc Donald's /Arcos Dorados	Manufactura
	Kellogg Company	Ventas, Marketing y Soporte
	Conagra Foods	Manufactura
	General Motors	Manufactura
	Ford Motor Co	Manufactura
Automotriz y autopartes	Dana Holding Corporation	Manufactura
, '	Delphi Corporation	Manufactura
	Eaton Corporation	Industria Manufacturera
	Navistar International	Manufactura
Carbón, Petróleo y Gas Natural	Dow Chemical	Extracción
Electrodomésticos	Whirlpool Corporation	Manufactura
Comunicaciones	Motorola Mobility	Manufactura
	Motorola Solutions	Manufactura
Energías Renovables / Alternativas	Bunge (Estados Unidos) / Aceitera General Deheza (Argentina)	Manufactura
Esparcimiento y	Carval Investors/ Southern Screens	Servicios Comunitarios, Sociales y
Entretenimiento	Entertainment II	Personales
	CTI Clinical Trial & Consulting Services	Manufactura
Farmacéutico	Abbott Laboratories	Manufactura
ramaccanco	Baxter International	Ventas, Marketing y Soporte
	Abbvie	Ventas, Marketing y Soporte
	Carlson Companies	Centro de contacto de clientes
Hoteles, restaurantes y turismo	Global Hyatt	Infraestructura

	Deere & Company	Manufactura	
	Valmont Industries	Manufactura	
Maquinaria, Equipos y Herramientas Industriales	Reinke Manufacturing Manufactura		
	Wilson Tool International Ventas, Marketing y S		
	Caterpillar	Manufactura	
Papel, impresiones y embalajes			
	Procter & Gamble (P&G)	Manufactura	
Productos de consumo	3M	Manufactura	
	S.C. Johnson & Son.	Manufactura	
Productos de metal	Exal Corporation	Manufactura	
Productos electrónicos	Delphi Corporation	Manufactura	
	Dow Chemical	Manufactura	
Químicos	Austin Powder	Manufactura	
	Albaugh Inc	Manufactura	
Servicios Financieros	Aon	Ventas, Marketing y Soporte	
Servicios Profesionales	Affinitas	Customer Contact Center	
Servicios Profesionales	Manpower	Servicios profesionales	
Software y servicios de TI	Zero Variance	Diseño, Desarrollo y Testeo	
Software y servicios de 11	Teradata	Telecomunicaciones	
Transporte	YRC Worldwide	Ventas, Marketing y Soporte	
Transporte	United Airlines	Ventas, Marketing y Soporte	
Vidrio y Cerámicas	Owens-Illinois	Manufactura	
 Fu	ente: Consulado Argentino en Chicago d	วกัด 2019	

Características del mercado regional.

Actividad Económica

En el 2018, el Medio Oeste concentró el 19% del Producto Bruto Interno (PBI) total del país, con un valor estimado de US\$ 4,04 trillones, frente a los US\$ 19,39 trillones de PBI de los Estados Unidos.

En particular, cabe destacar el caso del Estado de Illinois que con un PBI nominal estimado en US\$ 864.587 millones constituye la quinta economía más grande del país, después de los Estados de California, Texas, New York y Florida.

PBI DATOS NOMINALES AÑO 2017 EN MILLONES DE US\$		
Estado	РВІ	
Illinois	864.587	
Ohio	676.192	
Michigan	528.008	
Indiana	366.706	
Minnesota	368.317	
Wisconsin	336.971	
Missouri	309.414	
lowa	190.150	
Kansas	167.041	
Nebraska	122.966	
North Dakota	54.714	
South Dakota	51.581	
Total Medio Oeste	4.036.647	
Total Estados Unidos	20.494.079	

Fuente: Consulado Argentino en Chicago en base a datos del US Census Bureau año 2019

Inflación

Según el Bureau of Labor Statistics (www.bls.gov), la inflación en el Medio Oeste para el 2018 fue de 0,8%, una cifra levemente menor que la registrada a nivel nacional que arrojó un 2,4%.

Desempleo

Según la misma fuente el desempleo promedio en el Medio Oeste para el mes de diciembre 2018 fue de 2,2%, una cifra inferior a la registrada a nivel nacional de 3,7%.

Sectores económicos

La región del Medio Oeste se caracteriza por tener una economía tradicionalmente basada en la agricultura (maíz y soja principalmente) y ganadería, constituyendo además un centro económico de referencia para la industria manufacturera.

La alta concentración de negocios en una gran variedad de industrias hace que la región sea una excelente ubicación para las empresas argentinas que buscan mercados de exportación, socios comerciales y oportunidades de inversión.

Con respecto a la industria de manufacturas, el Medio Oeste, y en particular los Estados de Illinois, Michigan, Ohio y Minnesota, constituyen el "heartland" productivo de los Estados Unidos. A modo de ejemplo, el Estado de Michigan es el mayor fabricante de automóviles del país.

La región es muy fuerte en la industria de maquinaria y automatización, especialmente para la fabricación de automóviles. Otras industrias importantes incluyen tecnología médica, productos farmacéuticos, plásticos, empaques, procesamiento de alimentos e insumos agrícolas.

Además de estas industrias tradicionales, la energía renovable y la tecnología ambiental juegan un papel importante. Regulaciones ambientales cada vez más estrictas y una creciente conciencia ambiental están causando que las principales ciudades de la región, especialmente. Chicago, adopten políticas de planeamiento urbano sustentable.

El Medio Oeste de los Estados Unidos cuenta con más de un tercio de la capacidad eólica de los Estados Unidos, así como también con el 80% de la capacidad de producción de biocombustible.

La gran fertilidad de sus tierras, hace del Medio Oeste el epicentro agrícola del país. Apodada el "granero de la Nación", la región posee tres áreas principales o cinturones de cultivos: el cinturón del maíz, el cinturón del trigo, y el cinturón lácteo.

La región es sede de varias compañías catalogadas entre las 500 empresas más grandes del mundo por la publicación especializada Forbes. El Estado de Illinois ocupa el cuarto puesto en el ranking nacional de Estados que alberga más sedes de compañías multinacionales.

Otro sector pujante es el petrolero. El Departamento de Geología del Ministerio del Interior de Estados Unidos, a través de nuevos estudios realizados en el año 2013, evaluó que en la Formación Bakken-Three Forks de la Cuenca Williston, ubicada en los Estados de Montana, Dakota del Norte y Dakota del Sur, existiría una reserva de aproximadamente 7.000 millones de barriles de petróleo, 6,7 trillones de pies cúbicos de gas natural disuelto y 500 millones de barriles de gas natural líquido.

Como consecuencia de dicho descubrimiento, así como del surgimiento de nuevas técnicas de exploración y extracción desarrolladas desde el 2007, la explotación de petróleo en el Estado de Dakota del Norte se ha incrementado considerablemente. En este sentido, Dakota del Norte se ha convertido en el segundo Estado productor de petróleo dentro de los Estados Unidos, después de Texas.

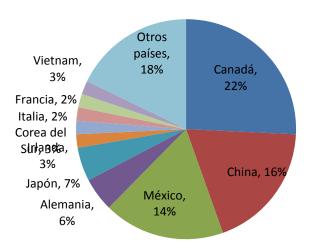
Comercio Exterior

En el año 2018, la región del Medio Oeste importó productos por un valor de US\$ 553 mil millones, lo cual representó aproximadamente el 22% de las importaciones totales de los Estados Unidos. Las exportaciones de la región ascendieron a US\$ 319 mil millones. El saldo comercial fue deficitario y alcanzó los US\$ 234 mil millones.

PRINCIPALES 10 PRODUCTOS IMPORTADOS POR LA REGIÓN - 2018
270900 Aceites crudos de petróleo o de mineral bituminoso
0702247/1/2
870324 Vehículos p/transporte de personas, de cilindrada > a 3000cm3.,motor de émbolo o pistón,
encendido por chispa
870323 Vehículos p/transporte de personas, de cilindrada > a 1500cm3.y <= a 3000 cm3.,motor de émbolo,
encendido por chispa
851712 Teléfonos celulares
870431 Vehículos p/transporte de mercadería/carga máxima <= a 5toneladas,motor de émbolo o pistón,
encendido por chispa
200400 Mar II annual an
300490 Medicamentos
880330 Partes de aviones o helicópteros,ncop.
880550 Fartes de aviones o helicopteros, licop.
870899 Partes y accesorios p/vehículos automotores ncop.
р, темпер и менен и ме
870322 Vehículos p/transporte de personas, de cilindrada > a 1000cm3.y <= a 1500cm3., motor de émbolo,
encendido por chispa
840840 Cajas de cambio
Fuenta Canculada Argantina an Chicago an haca a datas dal US Cancus Buragu año 2010

Fuente: Consulado Argentino en Chicago en base a datos del US Census Bureau año 2019

PRINCIPALES ORÍGENES DE LAS IMPORTACIONES DE LA REGIÓN MEDIO OESTE AÑO 2018

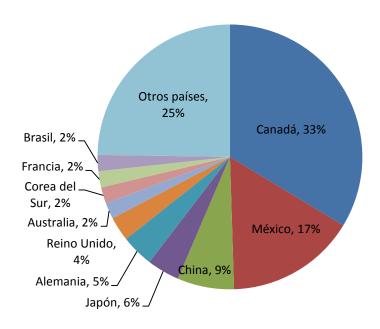


Fuente: Consulado Argentino en Chicago en base a datos del US Census Bureau año 2019

PRINCIPALES 10 PRODUCTOS EXPORTADOS POR LA REGIÓN – 2018
880000 Aeronaves y sus partes
870324 Vehículos p/transporte <= a 6 personas, de cilindrada > a 3000cm3,c/motor de
émbolo o pistón, encendido por chispa
870431 Chasis c/motor y cabina p/transporte de mercancías, c/carga máxima <= a 5 t.
870840 Cajas de cambio
271012 Aceites de petróleo o de mineral bituminoso
300490 Medicamentos acondicionados p/la venta por menor
870840 Cajas de cambio
870899 Partes y accesorios para vehículos automóviles
120190 Porotos de soja
870829 Partes y accesorios de carrocería

Fuente: Consulado Argentino en Chicago en base a datos del US Census Bureau

PRINCIPALES DESTINOS DE LAS EXPORTACIONES DE LA REGIÓN MEDIO OESTE AÑO 2018



Fuente: Consulado Argentino en Chicago en base a datos del US Census Bureau año 2019

Empresas destacadas en la región y productos con potencial.

PRINCIPALES FIRMAS DEL MEDIO OESTE DE LOS ESTADOS UNIDOS		
Compañía	Ubicación sede	
The Boeing Company	Chicago, Illinois	
United Continental Holdings	Chicago, Illinois	
Archer Daniels Midland	Chicago, Illinois	
S.C. Johnson & Sons	Chicago, Illinois	
Motorola	Chicago, Illinois	
Caterpillar	Deerfield, Illinois	
Deere & Co	Moline, Illinois	
Mondelez International	Chicago, Illinois	

McDonald's	Chicago, Illinois		
Abbott Laboratories	Chicago, Illinois		
Hyatt	Chicago, Illinois		
General Motors	Detroit, Michigan		
Ford Motor	Dearborn, Michigan		
Dow Chemical	Midland, Michigan		
Kellogg Company	Battle Creek, Michigan		
Target	Minneapolis, Minnesota		
Cargill	Minneapolis, Minnesota		
Monsanto	St. Louis, Missouri		
Berkshire Hathaway	Omaha, Nebraska		
Kroger	Cincinnati, Ohio		
Marathon Petroleum	Findlay, Ohio		
Procter & Gamble	Cincinnati, Ohio		

Fuente: Consulado Argentino en Chicago año 2019

Cómo exportar a la región

<u>Visitas Comerciales y Agendas de negocios</u>

Además de la participación en ferias, es efectivo y necesario visitar personalmente las oficinas de potenciales importadores situados en el Medio Oeste.

Previo a la visita, se recomienda prestar atención a los siguientes aspectos:

- 1 -Preparar muestras del producto teniendo en consideración detalles previamente recopilados sobre las exigencias del mercado incluyendo etiquetado, empaquetado, etc.
- 2 -Conocimiento del volumen disponible para ventas en el nuevo mercado. Es necesario además tener una reserva disponible del producto para poder responder a la demanda eventual que pueda producirse, debiendo responder exactamente a iguales características de calidad y además asegurar su llegada a tiempo.
- 3-Contar con un panorama claro de la estructura de costos, teniendo en consideración la posibilidad

de reducirlo en la medida que las cantidades aumenten, así como también la logística para llegar al centro de los Estados Unidos.

4- Es necesario además acompañar la presentación de catálogos representativos de la oferta exportable de la empresa, capacidad de producción y página web en idioma inglés. La sección Comercial del Consulado Argentino en Chicago puede asistir en el armado de agendas de

negocios y en la provisión de información comercial calificada.

En este sentido, puede solicitarse asistencia en el desarrollo de la requerida investigación previa, la conformación de una agenda, la confirmación de sus reuniones, y la organización logística, como transporte, interpretación y sede para reuniones, entre otros factores.

Portal Argentina Trade Net (atnet)

La información sobre el mercado del Medio Oeste de los Estados Unidos puede ser consultada en el portal "Argentina Trade Net" (ATNET): www.argentinatradenet.gov.ar.

ATNET pertenece al Ministerio de Relaciones Exteriores y Culto y se nutre de la información que elaboran las Representaciones argentinas en el exterior. El acceso a la información es totalmente gratuito y requiere de una previa y muy simple registración.

Una vez registrado podrá acceder a la amplia base de datos que han sido cargados y verificados por el Consulado General en Chicago; y consultar:

- Lista de importadores
- Estudios de mercado
- Oportunidades comerciales
- Ferias
- Estadísticas y otros datos de utilidad

Canales de distribución

Teniendo en cuenta el extenso territorio del Medio Oeste, es de esperar que los canales de distribución sean complejos, afectando así al precio de venta al consumidor final. Es aconsejable aproximar los envíos a los mercados específicos para reducir los costos generados por una mayor cantidad de intermediarios.

• Canales Mayoristas

Los canales de comercialización mayoristas están focalizados en la distribución de bienes a granel, bienes de capital y de consumo, con excepción del sector automotriz. Los distribuidores mayoristas pueden tener una especialización por tipo de productos o por regiones.

El 90% de los mayoristas son comercializadoras que compran los productos para empaquetarlos y colocarles sus propias marcas, o nombres por encargo, y revenderlos a los minoristas y consumidores comerciales. Si el exportador desea imponer o mantener su marca y producto debe hacer uso de comisionistas o "brokers", que trabajan con mayoristas o centros de distribución para

minoristas, montar una filial o entrar directamente en los canales de distribución minoristas. Entre las principales comercializadoras mayoristas de la región Medio Oeste se destacan las siguientes compañías, con amplia cobertura a nivel nacional: US Foods, SuperValu Inc y SpartanNash Company.

Canales Minoristas

El comercio minorista en la región muestra una continua evolución. En los últimos años los grandes almacenes han perdido terreno debido al crecimiento de los llamados "discount stores". Actualmente, las encuestas muestran que los consumidores compran con mayor frecuencia en los comercios de descuentos (depósitos, tiendas de descuento o centros con salones de venta directa de fabricantes) porque ofrecen precios bajos casi todos los días del año.

En el comercio minorista, el consumidor siempre ocupa un lugar prioritario. La generación actual, ha provocado un significativo cambio en los hábitos de compra, buscando combinar mejores precios con diseño y calidad.

La ciudad de Chicago, junto con Los Ángeles y New York han sido tradicionalmente los principales mercados minoristas de los Estados Unidos.

Otra variable que distingue al canal minorista actual es la creciente preocupación por la salud y la apariencia física, tema de vital importancia a nivel mundial, también presente en los Estados Unidos ligado a la preocupación por la obesidad.

Esta variable ha favorecido la aparición de tiendas gourmet, como en el caso de la cadena Whole Foods Market que comercializa alimentos naturales y orgánicos.

Otro de los formatos de retail que se ha visto favorecido en el último tiempo son los que ofrecen marcas propias o comúnmente llamado en los Estados Unidos "private label".

Las pequeñas y medianas compañías se proveen de distribuidores con redes regionales y locales establecidas. Estas distribuyen a establecimientos independientes, tiendas gourmet, así como también a cadenas de supermercados.

Es importante considerar que el último trimestre del año, en donde los estadounidenses festejan el Día de Acción de Gracias y Navidad, es una época ideal para introducir productos alimenticios al país, debido a la fuerte demanda y consumo que se genera durante ese período.

Los formatos minoristas más conocidos en la región del Medio Oeste son los siguientes:

• Supermercados y tiendas de comestibles – Groceries: este tipo de tiendas ofrece una variada

Cartera de productos de consumo masivo, usualmente alimenticios, que dependen principalmente de las características demográficas de la región, el espacio que disponen, la competencia y sus

clientes. Por lo general, los supermercados se abastecen de una casa central que realiza las compras. Debido a que las mismas no acostumbran a importar directamente productos que sean nuevos en el mercado, es conveniente contar con un importador o distribuidor para estos casos. Actualmente las cadenas más destacadas en este tipo de formatos en el Medio Oeste son The Kroger Co, Jewel-Osco, Aldi y Meijer.

• Grandes superficies

Estos formatos se sitúan en la periferia de las ciudades y ofrecen a sus clientes diversos tipos de productos a precios bajos, comercializando desde alimentos y productos de consumo masivo a muebles, productos de electrónica y entretenimiento. Este formato cuenta una gran capacidad de compra que les otorga mayores ventajas a la hora de negociar. El líder en este tipo de formatos en la región es Walmart, seguido por Costco y Target.

Tiendas gourmet

Estas tiendas apuntan a sectores socioeconómicos más altos, ofreciendo productos agroalimentarios de alta calidad. Debido a las nuevas tendencias, este tipo de formatos ha experimentado un incremento considerable a pesar de poseer precios considerablemente superiores al resto de los establecimientos. Las tiendas gourmet más importantes en el Medio Oeste son las siguientes: Whole Foods Market, Trader Joe's, Williams Sonoma y Sur la Table, entre otras.

• Tiendas on-line

Este canal que se encuentra en constante desarrollo, representa el 8% del total de las ventas minoritas en el país. Las principales compañías que ofrecen este formato son Amazon, Google, Peapod, entre otras.

• Tiendas de conveniencia

Estas tiendas de amplios horarios de atención al público comercializan una limitada cantidad de productos de primera necesidad. 7-eleven es el líder de la región en este tipo de formatos.

Tiendas de descuento – dollar stores

Este formato apunta a sectores socioeconómicos de bajos ingresos, ofreciendo precios sensiblemente menores que el resto de los formatos. Dollar Tree y Five Below son las tiendas más vistas en el Medio Oeste.

Drug stores

Este formato comercializa medicamentos y productos de perfumería, además de ofrecer dulces, revistas, diarios, snacks y refrescos a precios altos. Las más extendidas a nivel nacional y en el Medio Oeste son CVS Pharmacy y Walgreens.

<u>Importadores y distribuidores</u>

La comercialización de los productos de importación puede efectuarse a través de agentes que compran por su cuenta, aceptando la total responsabilidad de las operaciones, incluyendo especificaciones técnicas, precios, stocks y distribución. A su vez, se encuentran los agentes o

representantes que trabajan normalmente con pedidos transmitidos al fabricante. En este caso, la facturación se efectúa directamente al cliente.

En los últimos años, y debido a un aumento de la competencia, los compradores han comenzado a exigir que se mantenga un adecuado nivel de stock localmente para satisfacer rápidamente las demandas de los consumidores.

Cómo instalarse en la región.

Apertura de Oficina

La apertura de una sociedad se encuentra sujeta a las leyes del Estado en el que se establezca ya que en Estados Unidos no existen normas de carácter federal que regulen las empresas.

En todo caso, y aunque puedan existir diferencias entre las leyes aplicables en los distintos Estados, las estructuras empresariales y los procedimientos para el establecimiento de las mismas son básicamente los mismos en todo el país.

Una vez constituida la empresa en cualquiera de los Estados, ésta puede desarrollar su actividad en más de un Estado e incluso tener su sede central fuera del Estado en el que se constituyó legalmente. No obstante, todas las operaciones estarían sujetas a las leyes de sociedades y a los impuestos del Estado de constitución.

Existen tres tipos principales de sociedades:

- 1. Sole propietorship: el tipo societario más simple. El propietario y su negocio son la misma entidad jurídica.
- 2. Partnership: cuando dos o más individuos son propietarios del negocio. La responsabilidad ante las obligaciones puede ser limitada o ilimitada.
- 3. Corporation: entidad jurídica independiente de sus accionistas.

Estos tipos además se dividen en otros subtipos:

- -Sociedad Anónima (Corporation C)
- -Sociedad Colectiva (General Partnership)
- -Sociedad en Comandita (Limited Partnership)
- -Sociedad de Responsabilidad Limitada (Limited Liability Company (LLC))
- -Empresa Unipersonal (Sole Proprietorship)
- -Sucursal de una empresa extranjera (Branch)
- -Joint Venture

Programas de softlanding

La mayoría de los Estados del Medio Oeste ofrecen, a través de agencias públicas o cámaras empresariales, distintos programas de "softlanding".

Más allá de las diferencias entre ellos, estos programas, como su nombre lo indica, apuntan

esencialmente a un "aterrizaje suave" de las empresas extranjeras a través del ofrecimiento de una serie de facilidades.

Entre los servicios a disposición de las compañías se destacan el suministro de un espacio físico (sin costo o muy bajo), asesoramiento jurídico-contable y, en algunos casos, facilidades de financiamiento.

En relación con el espacio de trabajo, existen varias alternativas entre las cuales sobresalen las incubadoras y aceleradoras. Estas organizaciones acompañan y aceleran el crecimiento de los proyectos emprendedores a través de programas de capacitación y asistencia financiera.

Se detallan a continuación distintas alternativas de "softlanding" en el Medio Oeste de los Estados Unidos.

Estado de Illinois

1871

Es el principal proyecto de incubadora de la ciudad de Chicago. Tiene como objeto facilitar el desarrollo de emprendimientos relacionados con el sector de tecnologías digitales, en particular aquellas vinculadas al desarrollo de software, páginas de internet y aplicaciones para dispositivos móviles.

www.1871.com

Estado de Missouri

Helix Center

La incubadora de biotecnología Helix Center está destinada a startups de biociencias, tecnología agrícola y ciencia vegetal. Sus miembros tienen acceso a más de 33,000 pies cuadrados de laboratorios, oficinas, financiación y networking.

http://acceleratestlouis.org/resources/helix-center-biotech-incubator-2/

Estado de Minnesota

InnovateMN

Minnesota es un gran lugar ideal para fomentar la innovación y el espíritu empresarial. Existe una gran cantidad de recursos y soporte disponibles para ayudar a las empresas nuevas y existentes de todos los tamaños y sectores.

https://mn.gov/deed/business/innovatemn/resources/

Estado de Iowa

Iowa AgriTech Accelerator

La aceleradora de AgroTech de Iowa es un programa que permite a las nuevas empresas colaborar con los líderes de la industria agrícola y presentar sus soluciones para ajustar el mercado de productos, realizar descubrimientos de clientes dentro de la industria y construir asociaciones estratégicas.

https://agiowa.com/

Estado de Ohio

Fintech71

Es una aceleradora de startups del sector Fintech, localizada en la ciudad de Columbus, Ohio. https://fintech71.com

Estado de Michigan

Michigan Business Innovation Association

La Michigan Business Innovation Association está compuesta por las incubadoras de negocios, aceleradoras, espacios de trabajo conjunto, espacios de creación de empresas, socios de desarrollo económico y organizaciones de apoyo empresarial más innovadoras del Estado.

https://www.michiganincubation.org/

Estado de Wisconsin

Gener8tor

Gener8tor es una aceleradora localizada en la ciudad de Madison, Wisconsin, altamente rankeada a nivel nacional que invierte en startups de alto crecimiento.

https://www.gener8tor.com/

Estado de Indiana

Ofrece un espacio de trabajo y conferencias en el centro de la ciudad de Indianápolis. Está diseñado para empresas internacionales interesadas en explorar el mercado local.

https://indychamber.com/economic-development/global-indy/global-indy-business-center/

Sector Financiero y Bancario

El sistema financiero estadounidense es, por sus dimensiones, el más extenso a nivel global, utiliza tecnología de punta y está abierto a la competencia internacional.

Los usuarios del sistema cuentan una gran variedad de instituciones bancarias y no bancarias para elegir y negociar instrumentos.

En los últimos años el sistema financiero fue cambiando, internacionalizándose, reduciendo la intermediación y diversificando los instrumentos financieros de pago, crédito e inversión.

El sistema bancario está regulado por la Reserva Federal, que opera como Banco Central e incluye bancos comerciales y entidades de ahorro y de crédito. A pesar de que el sistema federal es homogéneo, cada uno de los 50 Estados cuenta con sus propias regulaciones y sistemas operativos.

La Reserva Federal está dividida en 12 distritos semiautónomos. La Reserva Federal de Chicago es la encargada de administrar el distrito que abarca a la mayoría de los Estados de la región Medio Oeste. Este distrito es el que más instituciones bancarias posee.

La banca comercial es la fuente primaria de financiación del comercio, tanto para las exportaciones como para las importaciones.

Entre los principales bancos que operan en la región Medio Oeste de los Estados están: Citibank, J.P.Morgan-Chase, Bank of America, U.S. Bancorp, BMO Harris Bank y MB Financial Bank, entre otros.

El Banco de la Nación Argentina tiene sucursales en las ciudades de Miami y Nueva York. Los datos

de contacto son los siguientes:

Sucursal Miami

Dirección: 777 Brickell Avenue, Suite 802 Miami, FL 33131

Teléfono: +1-305-371-7500 Fax: +1-305-374-7805 / 539-1660

E-mail: cs@bnamia.com

Sucursal Nueva York

Dirección: 225 Park Avenue, 3rd floor, New York, NY 10169.

Teléfono: +1-212-303-0600 Fax: +1-212-303-0805 E-mail: mgmt@bnany.com

Cámaras sectoriales y de comercio destacadas en la región.

das en la region.	
Minnesota Trade Office	
Rachel Limon	
International Trade Representative	
651-259-7492	
rachel.limon@state.mn.us	
1st National Bank Bldg, 332Minnesota St., Suite	
E200, St. Paul, MN 55101	
www.exportminnesota.com	
Greater Indianapolis Chamber of Commerce	
Gustavo Escalante	
Executive Director and Business Coach	
Hispanic Business Council Manager	
317-464-2254	
gescalante@indychamber.com	
111 Monument Cir #1950, Indianapolis, IN 4620	
www.IndyChamber.com	
Wisconsin Economic Development Corporation	
Mark Rhoda-Reis	
International Business Director	
608-210-6757 CELL 608-695-4000	
Mark.RhodaReis@WEDC.org	
201 West Washington Ave. Madison, WI 53703	
www.wedc.org	
Wisconsin Economic Development Corporation	
The section is a section of the sect	
Mark Rhoda-Reis	
·	
Mark Rhoda-Reis	
Mark Rhoda-Reis International Business Director	

711 E. Wells Avenue, Pierre, SD 57501	www.wedc.org	
www.sdreadytowork.com		
Kansas Department of Commerce	World Trade Center St. Louis	
April Chiang	Tim Nowak	
Export Assistant	Executive Director	
785-296-3481	314 615-8141	
achiang@kansascommerce.com	tnowak@worldtradecenter-stl.com	
1000 S.W. Jackson St. Suite 100, Topeka, KS	7733 Forsyth Blvd #2200, St Louis, MO 63105	
www.kansascommerce.com	http://www.worldtradecenter-stl.com/	

Principales ferias en la jurisdicción

La participación en ferias y exposiciones es una herramienta valiosa y efectiva tanto para las empresas que intentan iniciarse en la actividad de exportación como para las que ya están establecidas en el mercado.

Chicago constituye el principal centro de convenciones de la región Medio Oeste, donde anualmente se realiza una gran cantidad de ferias de relevancia internacional.

Dadas las prácticas comerciales, es indispensable el desarrollo de un trabajo previo a fin de garantizar el éxito de la exposición, incluyendo la preparación de muestras, catálogos, lista de precios y material de marketing necesario para promocionar los productos en inglés. Asimismo, se requiere una adecuada selección del evento ferial conforme a cada situación particular, lo que implica evaluar el perfil de los expositores y público asistente, así como el segmento del mercado al que responden.

- Travel & Adventure Show

Anual: Enero Chicago, IL

www.travelshows.com

Sector Turismo

Esta feria reúne a operadores turísticos, principalmente oferentes de servicios de turismo aventura, con público especializado y general.

- Profood Tech

Bianual: Marzo Chicago, IL

www.profoodtech.com

Sector Alimenticio

En esta feria se presentan los productos más novedosos que ingresarán próximamente en los mercados del rubro alimentos y bebidas. Consolida como líder de la industria a los participantes y permite la llegada a un gran grupo de clientes en un solo evento.

- Sweets & Snacks Expo

Anual: Mayo Chicago, IL

www.sweetsandsnacks.com

Sector Alimenticio

Es uno de los eventos más relevantes de los Estados Unidos en golosinas y snacks. Exhiben aproximadamente 700 empresas y asisten alrededor de 16.000 personas de más de 90 países.

- NRA National Restaurant Association Show

Anual: Mayo Chicago, IL

https://show.restaurant.org

Sector Alimentos

Es la feria más importante de la industria gastronómica del Medio Oeste de los Estados Unidos. Asisten aproximadamente 70.000 personas por año.

- United Fresh

Anual: Junio

Chicago, IL

www.unitedfresh.org

Sector Frutas Frescas

Es la exposición más importante del rubro frutas frescas del Medio Oeste. Asisten alrededor de 13.000 personas cada año.

- EAA AirVenture Oshkosh

Anual:Julio

Oshkosh, WI

www.eea.org

Sector Aviación

Principal feria mundial del rubro aviación civil, orientada a los aviadores entusiastas/aficionados de distintas partes del mundo. Visitan la feria cada año aproximadamente 500.000 personas.

- Farm Progress Show

Anual: Agosto/Septiembre

Boone, Iowa

www.farmprogressshow.com

Sector Agricultura

Es el evento del sector agrícola y de agroindustria más importante de los Estados Unidos. Incluye principalmente a productores agropecuarios, empresas de maquinaria agrícola, semillas de embolsado, agroquímicos, así como a prestadores de servicios para el sector agropecuario.

Se realiza anualmente de manera alternada en las ciudades de Decatur, Estado de Illinois y Boone, Estado de Iowa.

- International Manufacturing Technology Show

Bi-anual: Septiembre

Chicago, IL www.imts.com

Sector Maguinaria para Industria Manufacturera

Una de las principales ferias vinculadas al sector manufacturero, incluyendo máquinas y herramientas, controles, computadoras, software, componentes y sistemas de fabricación. Exhiben más de 2000 empresas y asisten alrededor de 100.000 personas de más de 100 países.

-Husker Harvest Days

Anual: Septiembre Grand Island, NE

www.huskerharvestdays.com

Sector Agricultura

Organizada por los mismos realizadores de "Farm Progress Show", esta feria consiste en la demostración de irrigación para la agricultura más grande del mundo.

-Automotive Manufacturing Meetings

Bianual: Octubre Detroit, MI

http://usa.automotivemeetings.com

Sector Automotriz

La AMM Detroit es un evento de "B2B meetings" que reúne a fabricantes de automóviles y proveedores. Los equipos de ingeniería, cadena de suministro, fabricación, productos básicos, proveedores y servicios se reunirán mediante reuniones individuales organizadas previamente.

- World Dairy Expo

Anual: Octubre Madison, WI www.worlddairyexpo.com

Sector de la Industria Láctea

Es la principal feria de la industria láctea en los Estados Unidos. Exhiben aproximadamente 850 empresas, provenientes de 29 países, las cuales se especializan en insumos y servicios para la cría de ganado, farmacéutica animal, salud animal en general, productos alimenticios para el ganado, equipamiento para manipulación de la leche, equipamiento e insumos de limpieza y sanidad, y genética animal.

- Process Expo

Bianual: Octubre Chicago, IL

www.myprocessexpo.com

Sector Alimenticio

Es una feria comercial realizada por los mismos organizadores de "Pack Expo" que consiste en exhibir los nuevos equipos referentes a alimentos. Process Expo es la feria comercial más grande del

país dedicada a brindar la última tecnología y soluciones integradas a todos los segmentos de la industria de alimentos y bebidas.

- Pack Expo

Bi-anual: Noviembre

Chicago, IL

www.packexpointernational.com

Sector Maquinarias y Equipos para Embalaje

Feria especializada en el sector de maquinaria para embalaje y envasado, incluyendo sus partes y componentes. Exhiben alrededor de 2.500 compañías, procedentes de más de 100 países y asisten aproximadamente 50.000 personas. Esta feria se realiza cada dos años.

- PLMA - Private Label Trade Show

Anual: Noviembre

Chicago, IL

www.plma.com

Sector Alimenticio

Es una de las ferias de Productos de Marca Blanca o Marca de Distribuidor más importante de los Estados Unidos. Exhiben más de 1.300 empresas de 40 países.

- PRI Show

Anual: Diciembre Indianapolis, IN

www.performanceracing.com

Sector Autopartes

Única feria de los Estados Unidos especializada exclusivamente en autopartes y accesorios para vehículos de competición, incluyendo, por ejemplo, Turismo Carretera (TC), TC 2000; Indy; Nascar, y otras fórmulas de alto rendimiento y velocidad. Exhiben más de 1.200 empresas y asisten más de 41.000 compradores procedentes de 70 países.

-Nebraska Power Farming Show

Anual: Diciembre

Lincoln, NE

www.nebraskapowershow.com

Sector Agricultura

Es la segunda feria comercial más grande del país de agricultura.

Datos institucionales útiles (contacto del consulado y otras institucionales regionales relevantes).

Cultura de negocios

Dada la cultura de negocios de los Estados Unidos, y en el especial de la región Medio Oeste, es recomendable seguir las siguientes pautas sociales y de etiqueta:

- La puntualidad es un punto clave en las reuniones de negocios. En Estados Unidos, el dinero es una prioridad, el concepto 'el tiempo es dinero' se toma en serio en esta cultura de negocios.
- La profesionalidad es una característica muy importante. Se debe acudir a las reuniones con material promocional suficiente, hacer una presentación eficaz y hacer uso de equipos comerciales de primer nivel.
- Los hombres de negocios suelen ser informales, francos y directos. Generalmente se ven a sí mismos como ambiciosos, trabajadores y enérgicos; están orgullosos del alto nivel de vida y de la importancia económica y política de su país en el mundo.
- La rentabilidad generalmente es el punto central en todas las negociaciones con empresarios estadounidenses. Una propuesta es buena cuando genera beneficios para sus empresas y es mucho mejor, si los beneficios se consiguen a corto plazo.
- El lenguaje debe ser directo y claro. Las respuestas indirectas o poco precisas se suelen tomar como una falta de sinceridad.
- Las negociaciones suelen ser rápidas, ya que las empresas estadounidenses valoran mucho el tiempo.
- Los acuerdos deben plasmarse en contratos detallados. Se recomienda usar un estudio de abogados norteamericanos para redactar los acuerdos para evitar complicaciones a la hora de negociar.
- Existe mucha sensibilidad respecto a los grupos étnicos. Si se desea efectuar negocios con estratos de mercado definidos, es necesario tener mucho cuidado con el uso de terminología y la referencia a estereotipos y caricaturas despectivas.
- El contacto visual es un signo de interés, confianza y sinceridad. Debe ser directo aunque no continuado.
- Los temas de conversación que se recomienda evitar son: la situación de las minorías raciales, la política exterior norteamericana, el aborto, la discriminación por razones de sexo, entre otros. Y los temas favoritos son sobre: trabajo, viajes, comida, deporte, cine y música.
- Los obsequios deben ser de poco valor. Se sugiere entregarlos una vez que el acuerdo este confirmado, y en caso de recibir regalos deben abrirse inmediatamente.
- En las comidas informales se estila dividir la cuenta entre los comensales.
- Realizar un estudio de mercado previo. Con el objetivo de conocer las necesidades del mercado local y cómo podemos destacar nuestro negocio en él.

Documentación necesaria para el viaje

Pasaporte vigente con la correspondiente visa tramitada ante la Embajada de Estados Unidos.

En el siguiente sitio de Internet podrá encontrar el procedimiento para tramitar la visa ante la referida Representación Consular: http://argentina.usembassy.gov/visas.html

Los menores de 18 años, argentinos o extranjeros residentes en la República Argentina que no viajen junto con sus padres deberán contar, además, con la autorización (venia de viaje) de ambos progenitores para viajar al exterior.

PRINCIPALES AEROPUERTOS DE LA REGIÓN MEDIO OESTE
Chicago O'Hare International Airport - Illinois
Chicago Midway International Airport - Illinois
Cleveland-Hopkins International Airport - Ohio
Detroit Metropolitan Wayne County Airport - Michigan
Minneapolis-Saint Paul International Airport - Minnesota
Cincinnati-Northern Kentucky International Airport - Ohio
Lambert St. Louis International Airport - Missouri
Kansas City International Airport - Missouri
Indianápolis International Airport - Indiana
Milwaukee General Mitchell International Airport - Wisconsin

DISTANCIA DESDE CHICAGO A C	OTRAS CIUDADES DE LA REGIÓN
Urbana/Champaign, Illinois	203 km
Springfield, Illinois	287 km
Milwaukee, Wisconsin	130 km
Madison, Wisconsin	196 km
Indianápolis, Indiana	266 km
Cleveland, Ohio	496 km
Cincinnati, Ohio	406 km
Des Moines, Iowa	498 km
St. Louis, Missouri	422 km
Kansas City, Kansas	668 km
Detroit, Michigan	382 km
Minneapolis/St. Paul, Minnesota	571 km

Lincoln, Nebraska	765 km	
Bismarck, Dakota del Norte	1.181 km	
Pierre, Dakota del Sur	1.070 km	

Cabe destacar que es muy usual en Estados Unidos alquilar un auto por el día o el tiempo necesario, para desplazarse dentro de una ciudad o entre las ciudades de la región, el costo de alquileres oscila entre US\$ 40 y U\$ 100 por día dependiendo del tipo de vehículo.

Ciudad de Chicago

Aeropuertos Internacionales dentro del área metropolitana de Chicago

La ciudad de Chicago cuenta con dos aeropuertos internacionales:

O'Hare International Airport http://www.flychicago.com/ohare/en/home/Pages/default.aspx

Midway International Airport http://www.flychicago.com/midway/en/home/Pages/default.aspx

El Aeropuerto Internacional de Chicago O'Hare está a 27 kilómetros del centro y es uno de los aeropuertos centrales de mayor actividad en el país y en el mundo (cuarto aeropuerto más transitado del mundo), por el cual pasan más de 75 millones de pasajeros cada año. O'Hare ofrece viajes a 240 destinos con aproximadamente 1,180 vuelos diarios.

Cabe resaltar que O'Hare es el mayor centro de distribución de United Airlines y el segundo de American Airlines.

Chicago como destino final – desplazamiento al centro de la ciudad –

En caso que su destino final sea la ciudad de Chicago, tanto el aeropuerto de O ´Hare como el de Midway cuentan con servicios de taxi, shuttles y subterráneo.

Desde O'Hare International Airport el método de transporte más usado para trasladarse desde el aeropuerto al centro de la ciudad de Chicago, también conocido como el Loop, es la línea azul - Blue Line - del subterráneo. El boleto tiene un costo de US\$ 5 y se tarda aproximadamente 40 minutos en recorrer las 16 paradas que unen O'Hare con la estación Clark&Lake y 45 minutos para la estación Washington & State.

Otro método de transporte que puede utilizar para desplazarse del aeropuerto internacional de O'Hare al centro de la ciudad es el taxi. En este caso, la duración del viaje puede oscilar entre 30 minutos y 1 hora, llegando incluso a 1 hora 30 minutos, dependiendo del tráfico y de las condiciones climáticas. Hay paradas de taxis en la salida de las áreas de reclamo de equipaje que se encuentran en todas las terminales del aeropuerto de O'Hare. Se recomienda no aceptar viajes de conductores fuera de la parada de taxis o en el nivel de Partidas (segundo nivel) de las terminales. Todos los taxis

deben tener un taxímetro para el cálculo de la tarifa basada en el tiempo y el kilometraje. Las tarifas varían según las condiciones de tráfico, pudiendo oscilar entre los US\$ 35 y los US\$ 60 (incluyendo propinas).

Para quienes no tengan que desplazarse desde O'Hare al centro de la ciudad de Chicago, existen buses y trenes que ofrecen servicios de transporte que unen el aeropuerto con distintos puntos del área metropolitana.

Desde Midway International Airport, la línea Naranja - Orange Line - es una de las maneras más convenientes y económicas para trasladarse desde o hacia el aeropuerto. El tiempo normal de viaje al centro de la ciudad de Chicago es de 20- 25 minutos. La línea Naranja opera todos los días desde aproximadamente las 4:30 am hasta la 1 am, brindando una mayor frecuencia de lunes a viernes durante las horas pico.

También existe un servicio alternativo, que opera durante la noche a través del bus N62 Archer Midway, que cuenta con nueve líneas de autobuses.

Para mayor información consulte: http://www.flychicago.com

Moverse dentro de la ciudad de Chicago

Chicago cuenta con un excelente sistema de transporte público que cubre casi la totalidad de la ciudad.

El servicio de subterráneo posee ocho líneas – Azul, Amarilla, Verde, Marrón, Púrpura, Roja, Naranja y Rosa – y el sistema de buses cubre más de 120 rutas, permitiendo alcanzar prácticamente cualquier punto dentro de la ciudad.

En ambos casos el boleto tiene un costo de US\$ 2,25 – salvo para el trayecto O 'Hare-Chicago que tiene un costo de US\$ 5 – y permite por un adicional de US\$ 0,25 hacer una combinación de subtebus, siempre y cuando dicha combinación tenga lugar dentro de las dos horas de emitido el boleto.

Para información sobre rutas específicas y horarios se sugiere visitar la página web de la CTA (Chicago Transportation Authority): http://www.transitchicago.com

Otra forma de desplazarse dentro de la ciudad es el taxi. Es importante resaltar que en los Estados Unidos es costumbre dejar una propina al taxista, la cual suele oscilar entre el 10% y el 20% del costo del viaje.

Hoteles

Chicago es la tercera ciudad más grande de los EE.UU. y es visitada por una gran cantidad de personas cada año.

Para atender a todos los visitantes, Chicago tiene un gran surtido de hoteles para satisfacer las necesidades y presupuestos de los viajeros de negocios y aquellos que visitan la ciudad por placer. Para obtener un listado y disponibilidad de hoteles, se sugiere consultar la siguiente página oficial de internet de la Dirección de Turismo de Chicago:

www.choosechicago.com/chicago-hotels/

Seguridad

La ciudad está muy delimitada respecto de las zonas que son seguras y las que no lo son. De todas formas, como en cualquier ciudad del mundo es recomendable estar alerta en zonas altamente turísticas, ya que son lugares donde suelen frecuentar los carteristas.

De los 77 barrios que existen en Chicago, aproximadamente el 70% de los crímenes violentos se produce en sólo 20 barrios, y la mayoría de ellos están situados en el lado oeste y sur de la ciudad.

El número de incidentes violentos es relativamente bajo en las zonas donde se alojan los turistas. Los parques de Chicago y sistemas de transporte también tienen bajas tasas de criminalidad, al igual que los hoteles cerca de los aeropuertos O'Hare y Midway.

Clima

El clima en Chicago se define como <u>clima continental</u> y por consiguiente es muy variado, ya que en verano se pueden registrar temperaturas máximas entre 25 y 35 °C, y mínimas desde 10 hasta 15 °C. En invierno las temperaturas máximas abarcan desde los –15 hasta los 0 °C y las mínimas desde los –25 hasta los –10 °C y el promedio anual de caída de nieve es de 949 mm.

Las mejores épocas para viajar a Chicago generalmente son de abril hasta octubre. Los inviernos pueden ser extremadamente fríos. De viajar en esta época es muy importante contar con la vestimenta adecuada para este tipo de clima, incluyendo guantes, gorro y abrigo de invierno para nieve.

Hospitales

Los servicios de salud están distribuidos en toda la ciudad, concentrándose los más importantes en el centro y la zona norte.

Debido a los altos costos de la salud en los Estados Unidos, se recomienda altamente contar con un seguro de viaje que cubra gastos básicos como visita a médico y breve internación en caso que sea necesario.

Una visita al médico puede oscilar entre los US\$ 200 y los US\$ 250, a los que se le debe adicionar los gastos de los estudios – en los casos que el profesional los requiera.

En caso de un accidente o si por alguna circunstancia se tiene que ingresar por Emergencias, se estima un mínimo de US\$ 2.300. En caso de que haya internación, los costos pueden superar fácilmente los US\$ 10.000.

Contactos del Consulado

<u>Autoridades</u>

205 N. Michigan Ave, Suite 4208/09 Código Postal 60601 Chicago, Illinois Estados Unidos de América

Tel: +1 (312) 819-2610

Fax: +1 (312) 819-2626

Correo electrónico: cchic@mrecic.gov.ar

Web: www.cchic.mrecic.gov.ar

Facebook: www.facebook.com/ArgentinaEnChicago

Twitter: @ArgEnChicago

PARA CASOS DE EMERGENCIA, SE SUGIERE COMUNICARSE A LA GUARDIA CONSULAR AL: +1 (312)

909-0308

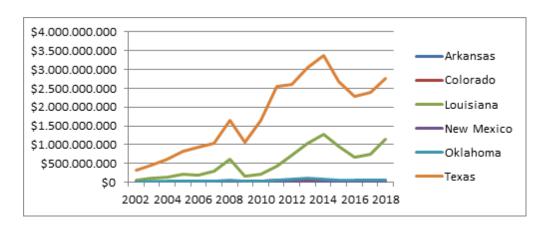
13.Guía de Negocios Consulado General en Houston

Relación comercial bilateral con los Estados comprendidos en la jurisdicción.

El Consulado Argentino en Houston tiene Jurisdicción sobre los Estados de Texas, New Mexico, Colorado, Oklahoma, Arkansas y Louisiana.

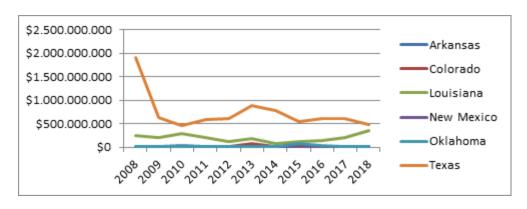
Como se puede observar en los gráficos 1 y 2 la balanza comercial entre Argentina y los Estados que componen esta Jurisdicción es deficitaria. Este déficit puede explicarse por la cercanía de la frontera con México, principal socio comercial de estos Estados y cuya producción de bienes compite directamente con la producción Nacional. Esta ventaja se ve particularmente favorecida por los acuerdos bilaterales entre los dos países, dificultando así la penetración del mercado de nuestros productos.

Gráfico 1: Importaciones Argentinas desde la Jurisdicción



U.S. Census Bureau, Economic Indicators Division

Gráfico 2: Exportaciones Argentinas hacia la Jurisdicción



U.S. Census Bureau, Economic Indicators Division

En términos generales el intercambio comercial entre la Argentina y la Jurisdicción se concentra en los Estados de Texas y Louisiana y se trata de productos y derivados de la industria de la energía:

Tabla 1: Principales exportaciones Argentinas hacia Texas en US\$

Grupo de productos	2017	2018	Enero-Sep2019
73 Manufacturas de fundición, hierro o acero	226.907.068	219.591.094	173.866.422
27 Combustibles minerales, aceites minerales y productos de su destilación; materias bituminosas; ceras minerales	78.300.318	79.517.406	129.055.724
2709 Aceites crudos de petróleo y material bituminoso	2.210	10.416.482	91.493.269
76 Aluminio y sus manufacturas	0	860.296	72.526.583
29 Productos químicos orgánicos	37.917.989	27.552.067	33.698.571
2710 Aceites de petróleo y material bituminoso excepto los aceites crudos	48.756.770	23.162.155	28.891.744

84 Máquinas y aparatos	12.104.568	16.593.732	16.525.018
04 Leche y productos lácteos; huevos de ave; miel natural; productos comestibles de origen animal, no expresados ni comprendidos en otra parte	10.021.468	16.141.997	11.676.809
22 Bebidas, líquidos alcohólicos y vinagre	25.477.883	16.828.402	10.740.994

U.S. Census Bureau, Economic Indicators Division

<u>Tabla 2: Principales exportaciones Argentinas hacia Louisiana:</u>

Grupo de productos	2017	2018	Enero- septiembre 2019
27 Combustibles minerales, aceites minerales y productos de su destilación; materias bituminosas; ceras minerales	47.805.546	243.160.897	135.259.522
2709 Aceites crudos de petróleo y material bituminoso	0	191.703.693	112.087.738
2713 Coque de petróleo y betún de petróleo	24.611.492	44.092.743	23.171.784
76 Aluminio y sus manufacturas	112.755.365	90.157.184	8.088.652
22 Bebidas, líquidos alcohólicos y vinagre	693.213	250.379	7.733.775
09 Café, té, mate y especias	6.133.256	5.263.812	1.472.888
44 Madera, carbón vegetal y manufacturas de madera	2.309.175	2.113.956	1.019.064

39 Plásticos y sus manufacturas	0	26.082	989.346
21 Preparaciones alimenticias diversas	0	0	968.654

U.S. Census Bureau, Economic Indicators Division

<u>Tabla 3: Principales importaciones Argentinas desde Texas:</u>

Grupo de productos	2017	2018	2019 hasta Septiembre
27 Combustibles minerales, aceites minerales y productos de su destilación; materias bituminosas; ceras minerales	1.242.535.055	1.403.759.809	767.824.398
84 Máquinas y aparatos	364.959.116	563.023.762	471.476.736
39 Plásticos y sus manufacturas	185.122.081	188.707.517	151.085.100
85 Máquinas, aparatos y material eléctrico, y sus partes; aparatos de grabación o reproducción de sonido, aparatos de grabación o reproducción de imagen y sonido en televisión, y las partes y accesorios de estos aparatos	167.112.950	123.486.431	102.918.675
29 Productos químicos orgánicos	149.258.024	129.336.862	99.322.506
38 Productos diversos de las industrias químicas	59.622.281	73.150.458	70.870.861
90 Instrumentos y aparatos de óptica, fotografía o cinematografía, de medida, control o precisión; instrumentos y aparatos medico quirúrgicos; partes y accesorios de estos instrumentos o aparatos	32.965.025	42.821.164	41.750.546

73 Manufacturas de fundición, hierro o acero.	34.397.297	49.197.960	27.904.916
34 Jabón, agentes de superficie orgánicos, preparaciones para lavar, preparaciones	26.141.460	31.428.971	23.195.147
88 Aeronaves, vehículos espaciales y sus partes	30.679.329	13.559.463	18.210.165

U.S. Census Bureau, Economic Indicators Division

<u>Tabla 4: Principales importaciones Argentinas desde Louisiana:</u>

Grupo de productos	2017	2018	2019 hasta Septiembre
27 Combustibles minerales, aceites minerales y productos de su destilación; materias bituminosas; ceras minerales	351.124.285	333.915.306	394.165.248
29 Productos químicos orgánicos	166.096.846	154.684.423	121.292.621
12 Semillas y frutos oleaginosos; semillas y frutos diversos; plantas industriales o medicinales; paja y forraje		432.180.952	56.634.034
39 Plásticos y sus manufacturas	70.437.742	75.598.531	46.296.667
38 Productos diversos de las industrias químicas	53.464.052	50.600.600	32.498.328
31 Fertilizantes	41.816.609	29.310.233	27.330.200
25 Sal; azufre; tierras y piedras; yesos, cales y cementos	3.110.741	9.628.830	12.483.380
84 Máquinas y aparatos	25.227.806	11.797.819	10.026.424

40 Caucho y sus manufacturas	16.162.669	15.825.973	7.654.297
34 Jabón, agentes de superficie orgánicos, preparaciones para lavar, preparaciones	6.392.949	6.903.295	2.624.604

U.S. Census Bureau, Economic Indicators Division

Características del mercado regional.

Como mencionado en el punto anterior, nuestros principales socios comerciales son Texas y Louisiana, cuyas principales actividades económicas están relacionadas con el sector de la energía.

Texas cuenta con 29 refinerías con una capacidad total de refinación de 5.7 millones de barriles de crudo diario, lo que representa el 31% de la capacidad total de refinación de los Estados Unidos.

Por su parte, Louisiana cuenta con 18 refinerías con una capacidad de refinación de 3 millones de barriles de crudo diario, lo que representa el 18% de la capacidad total de refinación de los Estados Unidos.

Tabla 5: Las principales industrias por Estado

Arkansas	Colorado	Louisiana	New Mexico	Oklahoma	Texas
Agricultura	Manufactura	Petróleo y Gas	Turismo	Aeroespacial y Defensa	Petróleo y Gas
Transporte y Logística	Energía	Agricultura	Defensa	Agricultura	Petroquímico
Alimenticia	Turismo	Petroquímico	Petróleo y Gas	Energía	Agricultura
Papel y Forestal	Agricultura	Pesca		Servicios Financieros	Acero

Aeroespacial	Servicios Financieros		Manufactura	Servicios Financieros
				Médica

La población total de la Jurisdicción es de aproximadamente 48 millones, de los cuales 28,7 millones pertenecen a Texas.

Tabla 6: PBI por Estado de la Jurisdicción 2018

Estado	En miles de millones de U\$D
Arkansas	114
Colorado	323
Louisiana	226
New Mexico	91
Oklahoma	190
Texas	1600

Empresas destacadas en la región

Principales empresas de Arkansas:

Walmart

1,30111 0003
Murphy USA
J.B. Hunt Transport Services
Dillard's
Windstream Holdings
ArcBest
Murphy Oil
Principales empresas de Colorado
Arrow Electronics
DaVita
Qurate Retail
DISH Network
Ball
Molson Coors Brewing
DCP Midstream
Liberty Media
Newmont Goldcorp
Western Union
Antero Resources
MDC Holdings
Zayo Group Holdings
Cimarex Energy
Woodward
Liberty Oilfield Services

Tyson Foods

Century Communities
Maxar Technologies
Summit Materials
EchoStar
Whiting Petroleum
SM Energy
Vail Resorts
Principales empresas de Louisiana
CenturyLink
Entergy
Pool
Principales empresas de Oklahoma
Principales empresas de Oklahoma NGL Energy Partners
NGL Energy Partners
NGL Energy Partners Oneok
NGL Energy Partners Oneok Devon Energy
NGL Energy Partners Oneok Devon Energy Chesapeake Energy
NGL Energy Partners Oneok Devon Energy Chesapeake Energy Williams
NGL Energy Partners Oneok Devon Energy Chesapeake Energy Williams Continental Resources
NGL Energy Partners Oneok Devon Energy Chesapeake Energy Williams Continental Resources Enable Midstream Partners
NGL Energy Partners Oneok Devon Energy Chesapeake Energy Williams Continental Resources Enable Midstream Partners Magellan Midstream Partners

OGE Energy
Alliance Resource Partners
Principales empresas de Texas
Exxon Mobil
McKesson
AT&T
Phillips 66
Valero Energy
Dell Technologies
Sysco
Energy Transfer
American Airlines Group
ConocoPhillips
Enterprise Products Partners
Plains GP Holdings
USAA
Halliburton
Southwest Airlines
Fluor
Occidental Petroleum
Kimberly-Clark
Tenet Healthcare
HollyFrontier
EOG Resources

Texas Instruments
Jacobs Engineering Group
Waste Management
Kinder Morgan
Anadarko Petroleum
J.C. Penney
Group 1 Automotive
Huntsman
Quanta Services
CenterPoint Energy
Targa Resources
Calpine
Pioneer Natural Resources
Vistra Energy
Vistra Energy
Vistra Energy GameStop
Vistra Energy GameStop Westlake Chemical
Vistra Energy GameStop Westlake Chemical National Oilwell Varco
Vistra Energy GameStop Westlake Chemical National Oilwell Varco Cheniere Energy
Vistra Energy GameStop Westlake Chemical National Oilwell Varco Cheniere Energy Alliance Data Systems
Vistra Energy GameStop Westlake Chemical National Oilwell Varco Cheniere Energy Alliance Data Systems Dean Foods
Vistra Energy GameStop Westlake Chemical National Oilwell Varco Cheniere Energy Alliance Data Systems Dean Foods Builders FirstSource

D.R. Horton

Marathon Oil
iHeartMedia
Rush Enterprises
Crown Castle International
Michaels Cos.
Noble Energy
Commercial Metals
KBR
Neiman Marcus Group
Globe Life
MRC Global
Concho Resources
Buckeye Partners
Nexeo Solutions
Sally Beauty Holdings
Lennox International
Sabre
Southwestern Energy
Flowserve
Insperity
Crestwood Equity Partners
Comerica
Par Pacific Holdings

Celanese

Patterson-UTI Energy
American National Insurance
Range Resources
Tailored Brands
Cinemark Holdings
Service Corp. International
Brinker International
NOW
Atmos Energy
Kirby
Primoris Services
Genesis Energy
Nexstar Media Group
Rent-A-Center
Newfield Exploration
Fossil Group
Trinity Industries
Oasis Petroleum
C&J Energy Services
Cabot Oil & Gas
Comfort Systems USA
Diamondback Energy
Keane Group

Darling Ingredients

Superior Energy Services

Kraton

NuStar Energy

Cómo exportar a la región.

La exportación de bienes a los Estados Unidos se encuentra regulada por agencias federales. Esto comprende limitaciones y exigencias que pueden afectar la eventual exportación.

La Cancillería Argentina y el Agencia Argentina de Inversiones y Comercio Internacional (AAICI) trabajan en conjunto para facilitar al empresario argentino la diversificación de su mercado. A través de diferentes mecanismos y la participación a múltiples ferias alrededor del mundo, la AAICI prepara a las empresas a afrontar positivamente las dificultades de la internacionalización de las ventas. Así mismo la Cancillería, a través de sus sedes alrededor del mundo, provee información, soporte y contactos para nuestros empresarios en el extranjero.

La participación a ferias comerciales sigue siendo una de las vías más aconsejables a la hora de emprender los primeros pasos comerciales en una región, siendo el lugar ideal para entender las necesidades y diferencias del mercado, así como entrar en contacto con importadores y distribuidores locales.

Cómo instalarse en la región.

Antes de decidir instalarse en un mercado, es aconsejable contactar a un abogado comercial, este podrá instruir sobre las figuras jurídicas que puede tomar las empresas en el mercado de destino. Generalmente estos abogados trabajan estrechamente con abogados especialistas en temas migratorios, quienes podrán esclarecer todas las dudas a este respecto y contadores comerciales para analizar las cuestiones impositivas específicas del mercado.

Así mismo, las cámaras mencionadas en el punto siguiente cuentan con programas de "soft landing" para empresas, asistencia en el proceso de instalación.

Cámaras sectoriales y de comercio destacadas en la región.

Argentina-Texas Chamber of Commerce:

5100 Westheimer Rd, Ste 200

Houston, TX 77056, United States

+1 (713) 969-5036

info@argentinatexas.org

http://argentinatexas.org/

Greater Houston Partnership:

701 Avenida de las Americas, Suite 900

Houston, TX 77010

+1(713) 844-3600

https://www.houston.org

ghp@houston.org

Denver World Trade Center

2650 E 40th Ave

Denver, Colorado,

+1(303) 592-5760

info@wtcdenver.org

Arkansas World Trade Center

3300 S Market St # 400

Rodgers, Arkansas, 72758

+1(479) 418-4822

melvint@arwtc.org

Oklahoma Department of Commerce

900 N Stiles Ave,

Oklahoma City, OK 73104

+1(405) 815-6552

https://.okcommerce.gov

Jesse.Garcia@okcommerce.gov

Principales ferias en la jurisdicción

The Offshore Technology Conference (OTC) 2020:

Sector: Energía

Ciudad y fecha: En Houston, del 4 al 7 de mayo, 2020

Descripción: Perforación en alta mar, exploración, producción y protección ambiental

Web: http://2020.otcnet.org/

SXSW 2020 South by Southwest Festival Austin,

Sector: Industrias creativas

Ciudad y fecha: Austin, Texas, del 16 al 22 de marzo 2020

Descripción: Feria y conferencia de Musica, Cine e industrias creativas

Web: https://www.sxsw.com

Datos institucionales útiles (contacto del consulado y otras institucionales regionales relevantes).

Consulado General de la República Argentina en Houston.

Circunscripción consular: Texas, New Mexico, Arkansas, Colorado, Oklahoma y Louisiana.

Ubicación: 2200 West Loop South. Suite 1025 Houston, Texas 77027

Teléfono: 713-871-8935

Web: https://chous.cancilleria.gob.ar/

email: comercio@consuladoargentino.net