



Embajada de la  
**República Argentina**  
Estados Unidos de América

---

Ministerio de Relaciones Exteriores y Culto

# ***GUIA DE NEGOCIOS***

## ***DE LOS***

### ***ESTADOS UNIDOS***

## INDICE

<b>1. Aspectos Generales</b> .....	1
<b>2. Regiones de Estados Unidos de América</b> .....	2
<b>3. Panorama Económico de los Estados Unidos</b> .....	4
<b>4. Régimen de Política Comercial</b> .....	7
<b>I. Formulación y marco de la política comercial</b> .....	7
<b>II. Balanza Comercial</b> .....	8
<b>III. Comercio de bienes</b> .....	8
<b>IV. Comercio de Servicios</b> .....	9
<b>V. Principales socios comerciales</b> .....	9
<b>VI. VI Intercambio comercial Argentina-Estados Unidos</b> .....	12
<b>5. Estructura y Características del Mercado</b> .....	15
<b>I. Requerimientos De Acceso</b> .....	23
<b>II. Aranceles</b> .....	24
<b>III. Canales De Distribución</b> .....	25
<b>6. Régimen de inversiones</b> .....	27
<b>I. Inversiones Directas de EE.UU en Argentina</b> .....	27
<b>II. Compañías argentinas con presencia y/o anuncios de inversión en Estados Unidos</b> .....	28
<b>III. Select USA – Agencia de Inversiones de los Estados Unidos</b> .....	29
<b>IV. Información Para El Establecimiento De Empresas En Los Estados Unidos</b> .....	30
<b>V. Internacionalización de franquicias</b> .....	31
<b>VI. Actividades de Empresas Multinacionales (siglas en inglés MNEs) ... Error! Bookmark not defined.</b>	
<b>7. Guía de datos Útiles</b> .....	33
<b>a) Participacion Argentina En Ferias Y Exposiciones</b> .....	34
<b>8. Información Institucional</b> .....	35
<b>a) Embajada y Consulados Argentinos en los Estados Unidos</b> .....	35
<b>b) Agencias gubernamentales de los Estados Unidos relacionadas con el comercio exterior</b> .....	37
<b>c) Cámaras de comercio y organizaciones comerciales en los Estados Unidos</b> .....	39

## 1. Aspectos Generales

### Características

- ✓ Superficie total de 9,6 millones de Km<sup>2</sup>.
- ✓ Población total de 324.118.787(2016)
- ✓ Situado en el Hemisferio Norte, con frontera al norte con Canadá y al sur con México.

### Población de los cinco estados más poblados (2016)

✓ California	39.250.017
✓ Texas	27.862.596
✓ Florida	20.612.439
✓ Nueva York	19.745.289
✓ Illinois	12.801.539

### Principales Puertos

- ✓ South Louisiana, LA
- ✓ Houston, TX
- ✓ New York y New Jersey, NY
- ✓ Long Beach, CA
- ✓ New Orleans, LA

### Principales Aeropuertos Internacionales

- ✓ Hartsfield-Jackson Atlanta International, GA
- ✓ Los Angeles 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.

## 2. Regiones de Estados Unidos de América

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 Atlántico 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)

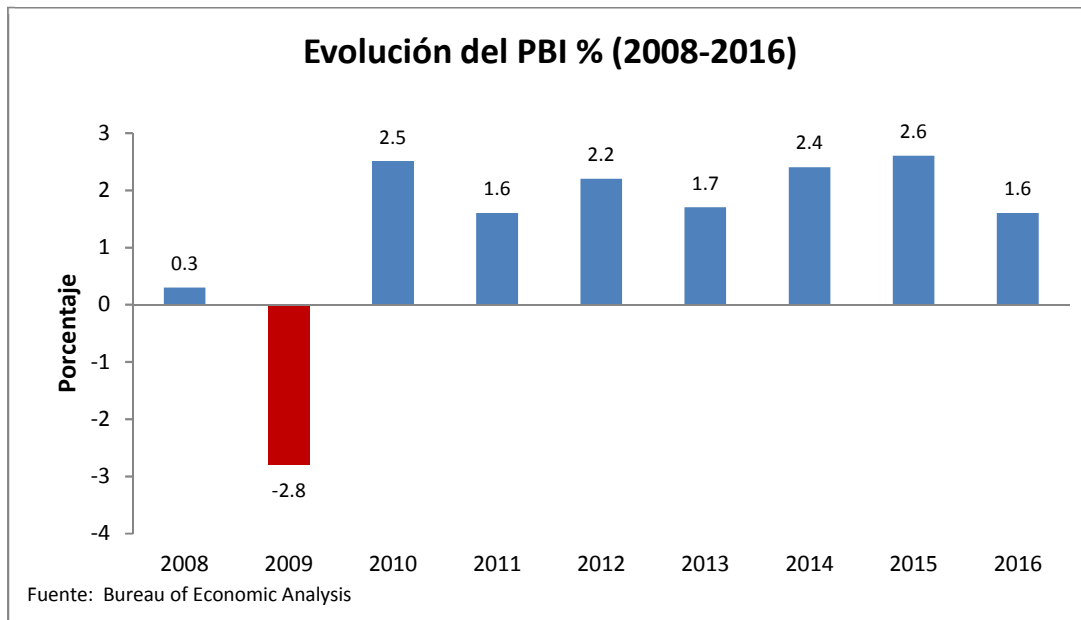
## Oeste

- 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 censal o división censal.

## 3. Panorama Económico de los Estados Unidos

La economía de los Estados Unidos continuó creciendo en 2016, aunque a un ritmo menor que el año anterior. El crecimiento generalizado de la demanda interna, inversiones residenciales, los gastos gubernamentales y estatales, las exportaciones y los gastos del gobierno federal fueron compensados en parte por las contribuciones negativas de la inversión en inventarios privados y la inversión. El Producto bruto interno (PBI) aumentó un 1,6 % durante el 2016, menor al registrado en el 2015, que fue del 2,6%.



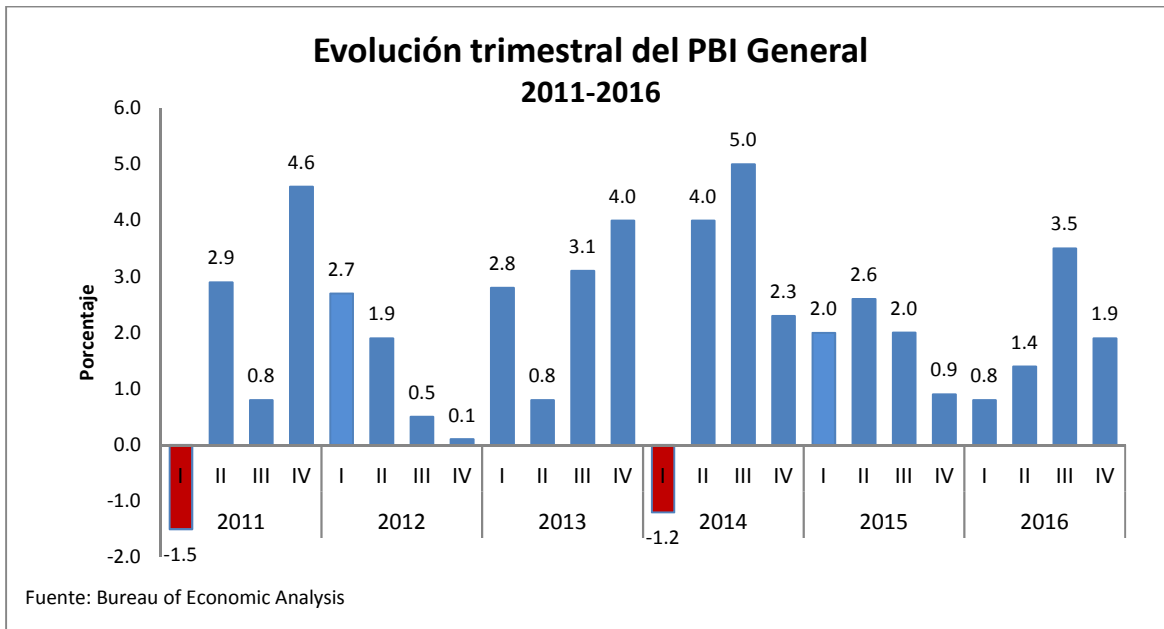
La desaceleración del PIB de 2016 con respecto a 2015 se debió principalmente a un descenso en la inversión en inventarios privados, una desaceleración de la inversión fija no residencial y una desaceleración de la inversión fija residencial y de los gastos de los gobiernos estatales y locales compensada por una desaceleración de las importaciones y la disminución en las exportaciones.

A lo largo de 2016, la economía agregó 1,73 millones de empleos. El empleo del sector privado ha crecido durante 80 meses consecutivos, con un total de 15,5 millones de trabajos agregados. Durante 2016, el crecimiento del empleo no agrícola fue de 144.306 por mes, ritmo algo más moderado que en 2015, pero similar al fuerte ritmo de los tres años anteriores. La tasa de desempleo cayó a 4,9%, siendo la menor desde 2008.

Período	Tasa de Desempleo
2008	5,8
2009	9,3
2010	9,6
2011	8,9
2012	8,1
2013	6,7
2014	5,6
2015	5,3
2016	4,9

Fuente: Bureau of Labor Statistics

Persisten los retos para 2017, incluidas las perspectivas inciertas de crecimiento, las restricciones impuestas por la desaceleración del crecimiento debido a los cambios demográficos y la aún incompleta recuperación del mercado de trabajo. Confusión en los mercados bursátiles de todo el mundo, y una variación de los precios del petróleo a principios de 2017, subrayan los riesgos que enfrenta la economía de los Estados Unidos; en particular, en los sectores productores de energía y exportaciones. Sin embargo, el mercado de trabajo sigue recuperándose, con la tasa de desempleo descendiendo a 4,9 % en 2016.



Mientras que el PBI real creció moderadamente durante 2016, el ritmo trimestral de crecimiento económico fue desigual. El crecimiento del primer trimestre fue del 0,8%, continuando con una recuperación en el segundo trimestre, creciendo a una tasa trimestral del 1,4%, seguida de un crecimiento del 3,5% en el tercer trimestre. Este crecimiento se desaceleró nuevamente en el cuarto trimestre a una tasa del 1,9%, por las caídas en la inversión y exportaciones.

El precio del petróleo, medido por el precio al contado del crudo ligero europeo procedente del Mar del Norte (conocido como Brent), subió un 54% (54 dólares por barril) en diciembre de 2016 comparado con el precio de diciembre de 2015 (37 dólares por barril).

El aumento del precio del petróleo desde mediados hasta finales de 2016 reflejó tanto una disminución del suministro mundial de petróleo, incluyendo el aumento de la producción en Estados Unidos, Arabia Saudita e Irak, como también el menor crecimiento económico mundial. Es difícil separar con precisión el papel de la oferta y la demanda, pero la comparación con los precios de los productos básicos no energéticos pone de relieve la combinación de factores que afectan los precios del petróleo.

En términos generales, se estima que los precios del petróleo impulsaron directamente una disminución del PBI real en 1 punto porcentual durante 2016, por los efectos adversos sobre los productores nacionales de energía y los fabricantes que venden al sector energético. Los precios del petróleo y de las materias primas continuaron cayendo bruscamente a principios de 2016 y probablemente seguirán afectando a los consumidores y productores de energía.

El crecimiento externo se desaceleró marcadamente en 2016, particularmente en China y en otras economías de mercados emergentes. El Fondo Monetario Internacional (FMI) estima que el crecimiento mundial año a año fue de 3,4% en 2016 y será de 3,6% en 2017. Las repercusiones de la desaceleración del crecimiento de China afectaron a muchos países exportadores de materias primas. En los Estados Unidos ello significó una drástica caída de las exportaciones, ya que la tasa de crecimiento de los socios comerciales fue 0,5 puntos porcentuales menores durante los cuatro trimestres que terminaron en 2016.

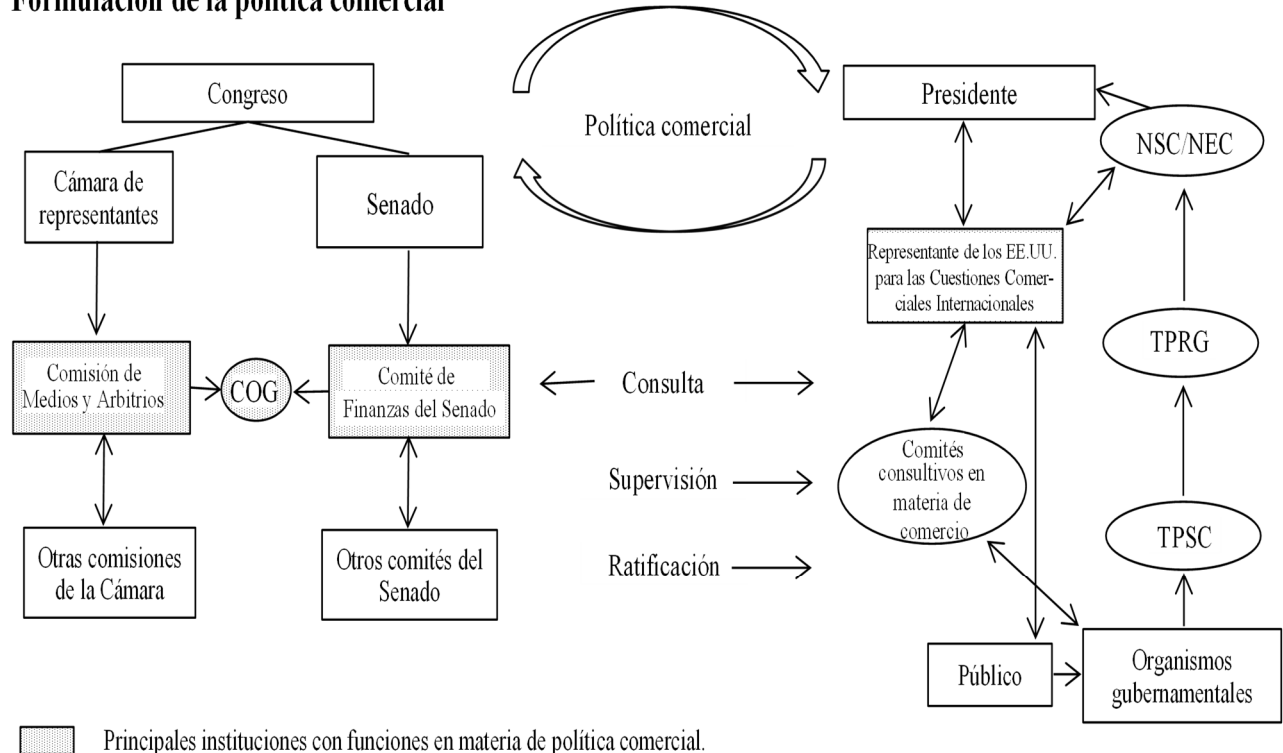


## 4. Régimen de Política Comercial

### I. Formulación y marco de la 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 Congreso como el Presidente desempeñan funciones en la política comercial de los Estados Unidos.

#### Formulación de la política comercial



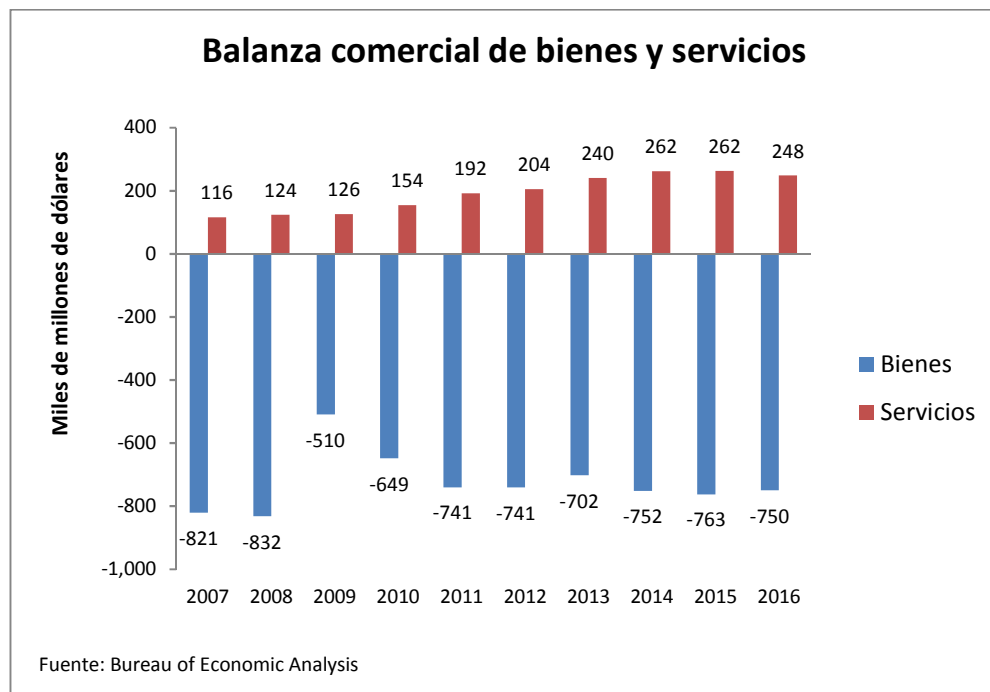
Nota: COG: Grupo de Supervisión del Congreso; NSC/NEC: Consejo de Seguridad Nacional/Consejo Económico Nacional; TPRG: Grupo de Examen de la Política Comercial; TPSC: Comité Técnico de Política Comercial.

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

## II. Balanza Comercial

En términos de balanza de pagos, el déficit comercial de bienes y servicios de los Estados Unidos pasó de 504.000 millones de dólares en 2015 a 502.300 millones de dólares en el año 2016, una ligera disminución. Las exportaciones fueron de 2.209.400 millones de dólares y las importaciones de 2.711.700 millones de dólares en 2016.

El aumento del déficit en la balanza comercial de bienes y servicios en 2016 tiene como causa una disminución del superávit de servicios de 14.400 millones de dólares o 5,5% a 247.800 millones de dólares, que no se compensa con la disminución del déficit de bienes de 12.500 millones de dólares o 1,6% a 750.100 millones de dólares.



## III. Comercio de bienes

En 2016, el comercio de bienes en los Estados Unidos fue de 3.405,2 miles de millones de dólares, lo que representa una disminución del 3,1% con respecto al 2015. El valor de las exportaciones de bienes cayeron un 4,5% (de 1.286,8 mil millones de dólares en 2015 a 1.229,4 mil millones de dólares en 2016), mientras que el valor de las importaciones cayeron un 2,3% (de 2.226,7 mil millones de dólares en 2015 a 2.175,9 mil millones de dólares en 2016). La disminución de los precios del petróleo en el primer semestre del 2016 fue un factor importante en la disminución del valor, tanto de las exportaciones como de las importaciones, aunque aumentó la cantidad de las exportaciones estadounidenses de productos petrolíferos crudos y refinados. Otras dos razones de la disminución del valor de las exportaciones estadounidenses fueron la apreciación del dólar estadounidense y la menor demanda de los principales socios comerciales de los Estados Unidos debido al bajo rendimiento de sus economías.

## IV. Comercio de Servicios

Al mismo tiempo, el superávit de los servicios de los Estados Unidos cayó de 262.000 millones de dólares en 2015 a 248.000 millones de dólares en 2016.

Las exportaciones estadounidenses de servicios privados disminuyeron en 1.300 millones dólares y alcanzaron los 749.600 millones de dólares, mientras que las importaciones de servicios privados de Estados Unidos crecieron un 13.100 millones de dólares hasta alcanzar los 501.800 millones de dólares en 2016.

## V. Principales socios comerciales

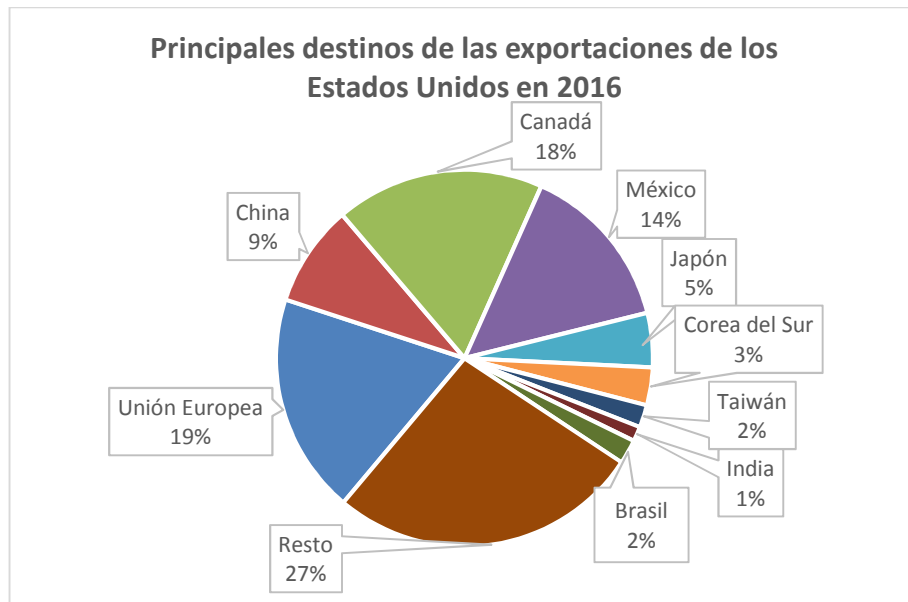
El comercio de los Estados Unidos con algunos de los principales interlocutores comerciales, clasificados por el comercio total (exportaciones más importaciones) en 2016. En 2016, la Unión Europea sigue siendo el principal socio comercial de los Estados Unidos en el comercio total de bienes; seguido de China (reemplazó a Canadá como el segundo mayor socio comercial de Estados Unidos en 2016), Canadá y México. La Unión Europea fue el principal destino para las exportaciones de los Estados Unidos y China fue la principal fuente de importaciones estadounidenses.

### Intercambio con los principales socios comercial y el mundo, 2016 (millones de dólares)

Principales socios comerciales	Exportaciones EEUU	Importaciones EEUU	Saldo	Comercio Total
Unión Europea	232.714	416.665	-183.951	649.379
China	107.267	462.813	-355.546	570.080
Canadá	220.370	278.067	-57.697	498.437
México	177.398	294.151	-116.753	471.549
Japón	57.272	132.202	-74.930	189.474
Corea del Sur	39.895	69.932	-30.037	109.827
Taiwán	23.703	39.313	-15.610	63.016
India	15.698	45.998	-30.300	61.696
Brasil	25.658	26.176	-518	51.834
Resto	329.410	423.866	-94.456	753.276
<b>Total</b>	<b>1.229.385</b>	<b>2.189.183</b>	<b>-959.798</b>	<b>3.418.568</b>

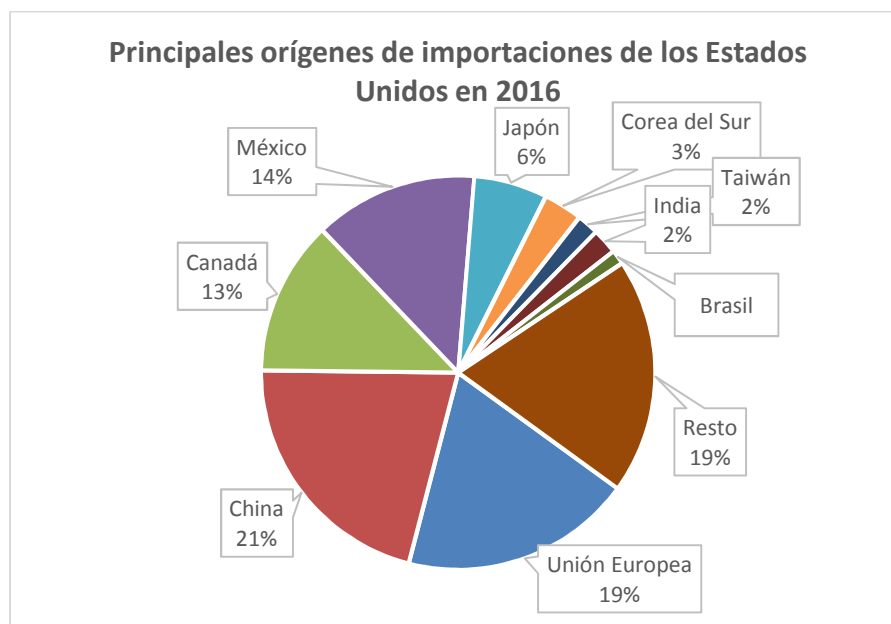
Fuente: Comisión de Comercio Internacional de los Estados Unidos

Las exportaciones estadounidenses de bienes a todos los principales socios comerciales cayeron en 2016 comparativamente con el 2015. Varios factores contribuyeron a esta disminución: el bajo o lento crecimiento de varios de los principales socios comerciales provocó la caída de la demanda de productos estadounidenses, mientras que la apreciación del dólar estadounidense frente a las monedas de muchos de los principales socios comerciales hizo que las exportaciones de los Estados Unidos fueran menos competitivas a nivel mundial.



Fuente: Elaboración propia en base a datos de Comisión de Comercio Internacional de los Estados Unidos

Entre las mayores caídas se encuentran: 59.647 millones de dólares en las exportaciones a Canadá (-21,3%), 58.979 millones de dólares en exportaciones a México (-25%) y 39.974 millones de dólares a la Unión Europea (-14.7%). La Unión Europea, Canadá y México siguieron siendo los mercados más grandes en 2016, representando el 19 %, el 18 %, y 14% de las exportaciones estadounidenses, respectivamente.



Fuente: Elaboración propia en base a datos de Comisión de Comercio Internacional de los Estados Unidos

La disminución de 19.068 millones de dólares en las importaciones procedentes de China (una reducción del 4%) y los 17.123 millones de Canadá (una reducción del 5,8%) representaron el 70% de la disminución general de las importaciones de mercancías de los Estados Unidos en 2016. La caída de las importaciones procedentes de China se produjo por una reducción de la demanda estadounidense de productos chinos relacionados con la energía y otros productos básicos. La disminución de 1.229 millones de dólares de las importaciones procedentes de Brasil (un descenso del 4,5%) también se debió principalmente a los productos relacionados con la energía. China y la Unión Europea siguieron siendo las mayores fuentes de importaciones en 2016, representando el 21% y el 19% de las importaciones estadounidenses, respectivamente. Canadá y México representaron el 13% y 14% de las importaciones estadounidenses en 2016.

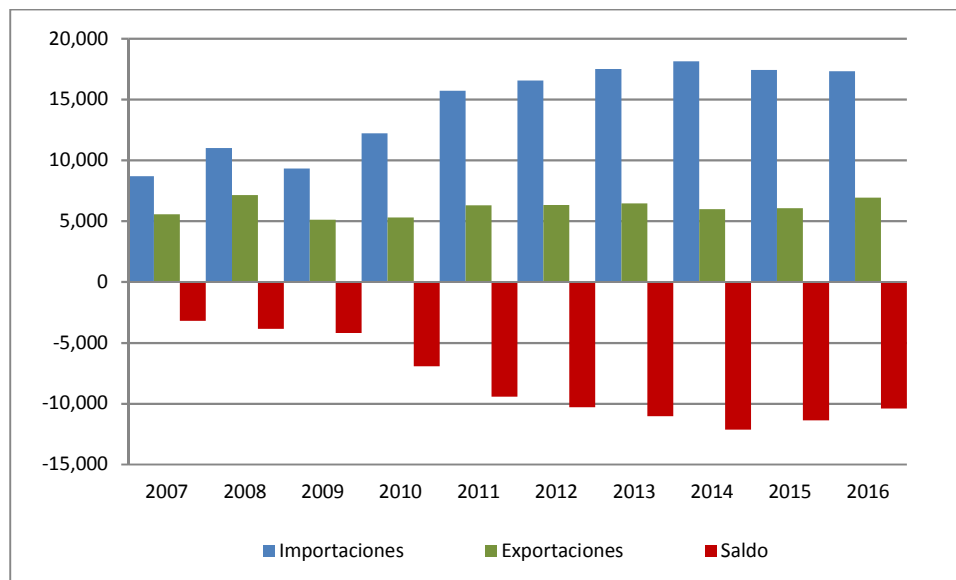
## VI. Intercambio comercial Argentina-Estados Unidos

El intercambio comercial bilateral no se ha modificado significativamente en los últimos años. Argentina mantiene un déficit comercial con los Estados Unidos estructural. En 2016, las importaciones argentinas de bienes y servicios fueron de 17,3 miles de millones de dólares, un 0,6% menor al registrado en el 2015, y las exportaciones argentinas a los Estados Unidos alcanzaron 6,9 miles de millones de dólares, un 14,3% mayor al 2015. Como resultado, el Argentina tuvo un déficit comercial de 10,4 miles de millones de dólares.

### ○ Balanza Comercial Argentina-Estados Unidos de Bienes y Servicios

La balanza comercial se las exportaciones argentinas en los últimos años se han mantenido estables, con un pico en el año 2008. Por el otro lado, las exportaciones han crecido significativamente, duplicándose entre 2007 y 2017, aunque estables en los últimos 5 años.

**Saldo**  
(Millones de dólares)



Bienes y Servicios	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
<b>Importaciones</b>	<b>8.681</b>	<b>11.008</b>	<b>9.323</b>	<b>12.222</b>	<b>15.721</b>	<b>16.548</b>	<b>17.498</b>	<b>18.129</b>	<b>17.425</b>	<b>17.326</b>
<b>Exportaciones</b>	<b>5.562</b>	<b>7.152</b>	<b>5.117</b>	<b>5.297</b>	<b>6.296</b>	<b>6.319</b>	<b>6.460</b>	<b>5.982</b>	<b>6.062</b>	<b>6.928</b>
<b>Saldo Comercial</b>	<b>3.199</b>	<b>3.856</b>	<b>4.206</b>	<b>6.925</b>	<b>9.425</b>	<b>10.288</b>	<b>11.038</b>	<b>12.147</b>	<b>11.363</b>	<b>10.397</b>

En 2016, las exportaciones a Argentina representaron el 0,8% del total de las exportaciones estadounidenses, y las importaciones de Argentina representaron 0,3% del total de las importaciones de

los Estados Unidos. Las exportaciones fueron lideradas por bienes de capital (excluyendo la automoción), que representaron el 20,6%.

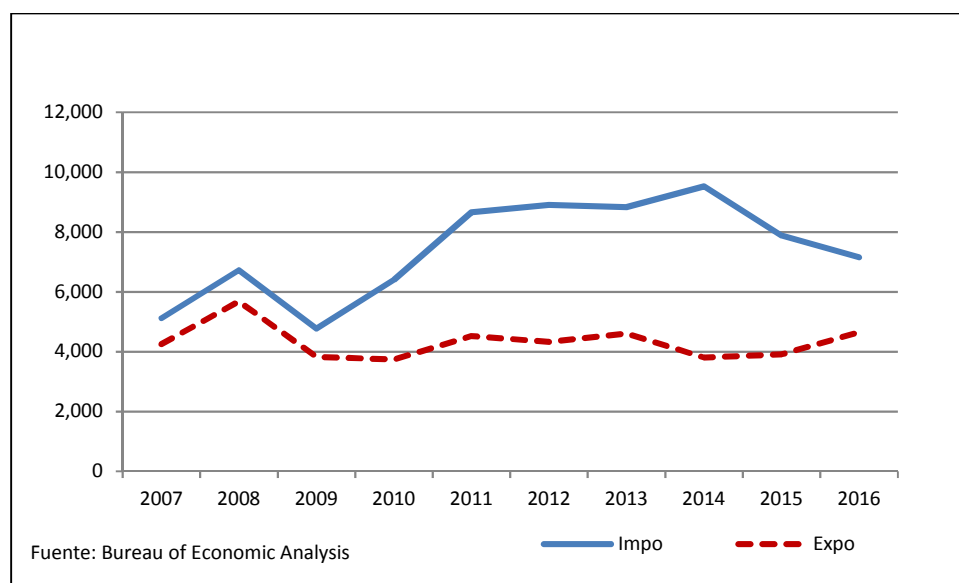
De las exportaciones de los Estados Unidos a la Argentina, y las importaciones estaban dirigidas por suministros y materiales industriales, que representaban 35,9% de las importaciones estadounidenses de Argentina.

## ○ Exportaciones e Importaciones de bienes

Las exportaciones argentinas en 2016 totalizaron los U\$S 4.645 millones, mientras que las importaciones alcanzaron los U\$S 7.153 millones. El comercio bilateral arrojó en 2016 un déficit para la Argentina de U\$S 2.507 millones, 36,9% menor al déficit de 2015 (U\$S 3.972 millones). Las exportaciones argentinas tuvieron un aumento del 18,8% respecto a 2015, y las importaciones se redujeron un 9,3%.

### Exportaciones e Importaciones de bienes (Millones de dólares)

Bienes	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Importaciones de Argentina	5.115	6.720	4.768	6.401	8.656	8.904	8.831	9.527	7.883	7.153
Exportaciones de Argentina a los Estados Unidos	4.258	5.680	3.821	3.738	4.525	4.329	4.605	3.800	3.910	4.646
Saldo Comercial	857	-1.040	-947	-2.663	-4.131	-4.575	-4.226	-5.727	-3.973	-2.507



En 2016, las exportaciones de los Estados Unidos a la Argentina contabilizaron el 0,6% del total de exportaciones estadounidenses, y las importaciones desde Argentina fueron el 0,2% del total de importaciones estadounidenses. Los materiales y suministros industriales y bienes de capital (excluyendo automotores) lideraron las exportaciones a Argentina, con el 81% y las importaciones fueron lideradas por materiales y suministros industriales y alimentos y bebidas que alcanzaron el 84% de las importaciones desde Argentina.

### Participación Argentina en Comercio EE.UU.

AÑO	En Expo EE.UU.	Ranking en Expo	En Impo EE.UU.	Ranking en Impo
2015	0,61%	29	0,18%	53
2016	0,58%	32	0,21%	44

#### ○ Productos exportados e importados

En cuanto a los productos exportados por Argentina, en los últimos años puede observarse una creciente participación del biodiesel en el comercio bilateral. En 2016, las exportaciones representaron un 25,8% del total, un aumento del 155,1% respecto a 2015. Otro producto argentino importante en el comercio con los Estados Unidos es el vino, cuyas exportaciones en los últimos años se ha estabilizado.

### Principales 25 productos que Argentina exporta a los Estados Unidos -en miles de dólares-

POSICION ARACENLARIA	PRODUCTO	2012	2013	2014	2015	2016
3826001000	Biodiesel (b100)	0	420.602	136.035	470.305	1.199.818
2204215040	Vino tinto de uvas frescas con grado alcohólico volumétrico inferior o igual al 14%	0	213.417	202.066	205.863	206.215
7601106000	Aluminio en bruto sin aleaciones	133.944	156.574	84.426	73.024	159.930
3301130000	Aceites esenciales de cítricos de limón	53.688	83.711	55.667	114.086	111.516
7601209090	Aleaciones de aluminio en bruto	15.131	30.659	44.835	82.343	96.901
9801001075	Mercancías estadounidenses incluidas en las partidas 8801 a 8802	21.647	192.504	10.350	60.417	96.104
8703330045	Vehículos de pasajeros de cilindrada superior a 2.500cc, nuevos	0	0	0	0	94.749
7108121020	Oro dorado, en bruto, no monetario	280	27.825	21.500	26.792	93.194
0810400029	Arándanos	62.309	47.834	67.128	62.419	79.672
0902400000	Té negro (fermentado)	76.169	85.197	84.345	80.701	72.672
2204218060	Vinos de uva con un grado alcohólico volumétrico superior al 14%	61.605	75.287	75.851	75.445	71.252
2709001000	Aceites de petróleo en bruto	847.724	337.876	378.623	296.517	71.169
7106911020	Lingotes de plata	49.719	15.887	38.507	94.106	65.702
2009396020	Jugo de limón, congelado	33.639	41.842	45.805	68.218	60.450
2836910050	Carbonatos de litio	23.918	20.386	15.079	34.219	53.962



POSICION ARACENLARIA	PRODUCTO	2012	2013	2014	2015	2016
2709002090	Aceites de petróleo y aceites obtenidos a partir de minerales bituminosos	46.196	0	0	3.917	50.154
1701141000	Azúcar de caña, en bruto	40.209	2.441	11.111	26.239	49.515
7601209045	Aleación de aluminio en bruto	19.659	25.489	28.502	31.577	46.249
2009690060	Jugo de uva, incluido el zumo de uva, sin congelar	105.495	124.592	78.453	51.667	45.160
0306170040	Camarones	3.862	9.692	19.414	20.293	45.084
8703240058	Vehículos automotores de pasajeros con cilindro de capacidad de 3000 cc	0	0	0	0	39.599
2937190000	Hormonas de polipéptidos, proteínas y glicoproteínas, sus derivados y análogos estructurales	0	0	0	16.172	38.838
9801001028	Mercancías estadounidenses previstas en el capítulo 30	29.488	28.374	30.648	31.845	38.179
0409000045	Miel natural	69.816	90.447	103.235	67.627	37.600
1201900010	Soja, con certificado orgánico	7.276	8.681	14.183	26.055	34.122
Subtotal		1.701.776	2.039.317	1.545.763	2.019.847	2.957.806
Resto		2.618.317	2.559.452	2.216.464	1.827.219	1.654.671
<b>Total</b>		<b>4.320.093</b>	<b>4.598.769</b>	<b>3.762.227</b>	<b>3.847.066</b>	<b>4.612.478</b>

Fuente: USITC

Respecto a las importaciones, el principal productos en los últimos 5 años ha sido el aceite ligero, que representa el 14% de las exportaciones de Estados Unidos a Argentina. Otros productos importantes en la composición de las importaciones son los del capítulo 30, productos farmacéuticos (fracciones de sangre, medicamentos).

**Principales 25 productos que Argentina importa de los Estados Unidos  
-en miles de dólares-**

POSICION ARACENLARIA	PRODUCTO	2012	2013	2014	2015	2016
2710191106	Aceites ligeros con 25 grados api o más, que no contengan más de 15 ppm de azufre	964.511	1.442.527	1.328.304	1.344.044	1.004.144
8800000000	Aviones civiles, motores, equipos y partes	420.728	247.304	600.586	445.062	570.674
9880004000	Estimación de bajo valor, excluyendo Canadá	281.645	278.307	293.218	246.656	218.060
3002100290	Fracciones de sangre no especificadas ni incluidas en otras partidas	17.354	24.152	32.662	78.396	199.291
2931909090	Compuestos organo-inorgánicos	147.090	155.980	204.406	219.423	147.451
8502390000	Grupos electrógenos, eléctricos	3.985	5.800	9.121	78.253	138.744
3808930000	Herbicidas, productos anti-brote y reguladores de crecimiento de plantas	87.387	117.398	132.439	98.607	92.610
2710121519	Gasolina sin plomo	177.007	202.750	283.997	63.913	74.341
8517620050	Máquinas de recepción/conversión/de voz/imagen/datos	50.459	66.299	85.817	64.966	69.888

POSICION ARACENLARIA	PRODUCTO	2012	2013	2014	2015	2016
3004909110	Medicamentos antiinfecciosos	52.116	41.344	49.719	77.411	60.892
3004909190	Medicamentos presentados en dosificación o acondicionados para la venta al por menor	60.569	110.778	140.786	90.722	59.775
2710191600	Combustible para reactores del tipo queroseno	44.425	4.297	73.139	53.322	58.831
8708998175	Piezas y accesorios para las máquinas 8701 a 8705	14.013	8.836	8.541	11.339	54.095
2710191109	Aceites ligeros con 25 grados api o más, que contengan más de 15 ppm pero no más de 500 ppm de azufre	333.047	387.775	296.270	25.782	51.765
3004909115	Medicamentos antineoplásicos e inmunosupresores presentados en dosis medidas, en formas ó en envases para la venta al por menor	34.579	23.611	20.348	30.678	49.215
8411828000	Motores de turbinas de gas, exceptuando las aeronaves, de potencia superior a 5.000 kw	35.471	109.272	36.369	35.013	49.014
8803300060	Otras partes, de aviones militares / helicópteros	53.862	31.052	26.856	23.987	48.517
3901905500	Copolímeros de etileno	31.912	35.908	38.508	46.550	47.053
8413500010	Pozo ptrolífero y extractores de petróleo, con desplazamiento positivo alternativo	21.327	24.877	33.527	40.274	46.611
9504300010	Video juegos, de monedas o con fichas	31.708	26.794	17.584	28.468	44.718
3808910000	Insecticidas	60.709	47.839	48.346	37.053	43.570
3822000002	Reactivos de diagnóstico o de laboratorio	29.963	31.372	32.284	36.421	39.968
2901291010	Alfa-olefinas lineales insaturadas (c6-c30), sin mezclar, derivadas del petróleo, del petróleo de esquisto o del gas natural	33.376	38.939	54.105	28.032	38.016
3901200000	Polietileno con un peso específico de 0,94 o más	39.517	38.452	43.078	48.710	37.302
3102800000	Mezclas de urea y nitrato de amonio en solución acuosa o amoniacal	5.220	21.432	7.976	12.354	36.493
Subtotal		3.031.979	3.523.096	3.897.990	3.265.438	3.281.038
Resto		5.872.134	5.308.365	5.628.719	4.617.237	3.872.119
<b>Total</b>		<b>8.904.113</b>	<b>8.831.461</b>	<b>9.526.708</b>	<b>7.882.675</b>	<b>7.153.157</b>

Fuente: USITC

○ **Exportaciones e Importaciones de servicios**

El comercio de servicios representa una parte importante del comercio bilateral entre Argentina y Estados Unidos. En 2016, las importaciones de servicios superaron en monto a las importaciones de bienes de los Estados Unidos. En cambio, las exportaciones de servicios apenas superaron el 50% en monto a las de bienes, lo que explica el amplio déficit comercial. En servicios, el déficit fue creciente y pasó de 4.386 millones de dólares en 2012 a 6.538 millones de dólares en 2016, es decir, un 50% de aumento en 5 años.

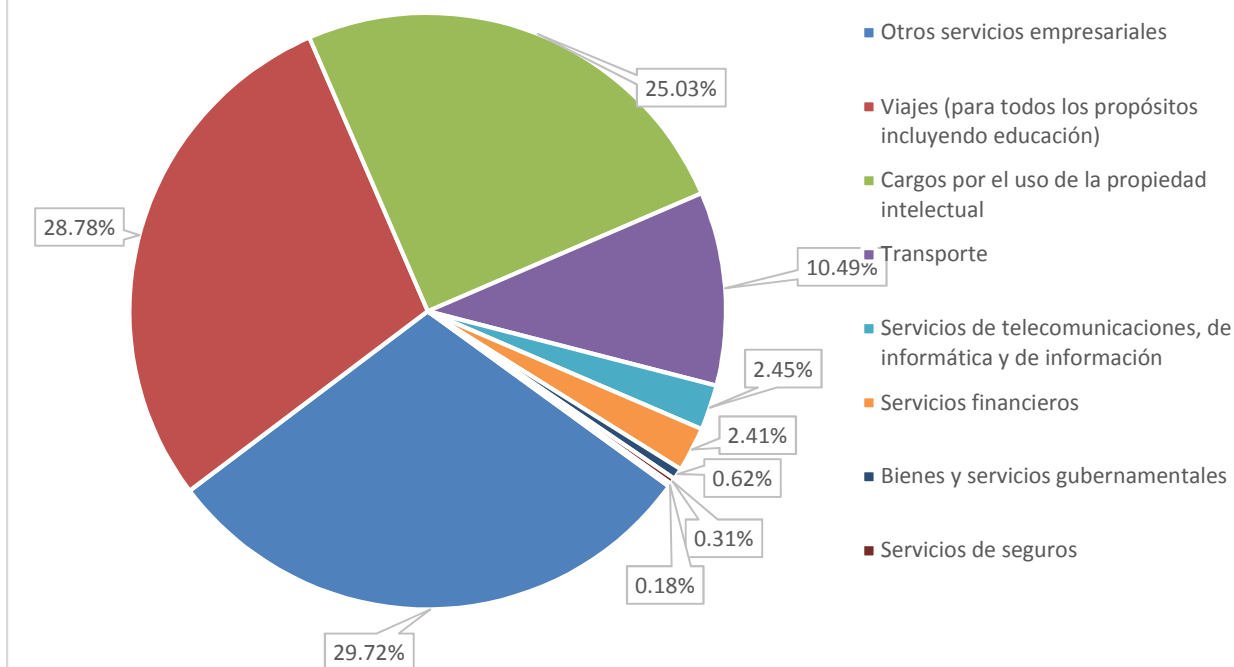
Como se puede observar en el cuadro, los sectores más importantes que Argentina exporta a los Estados Unidos son “otros servicios empresariales” (que son principalmente servicios profesionales, como legales, contabilidad, arquitectura y construcción), viajes y cargos por uso de la propiedad intelectual. El rubro de servicios profesionales y de cargos por uso de la propiedad intelectual ha venido creciendo en los últimos años. Por el otro lado, Argentina importa principalmente viajes (más de 40% del comercio en 2016), servicios de telecomunicaciones y transporte.

### Comercio de servicios, por sector -en miles de dólares-

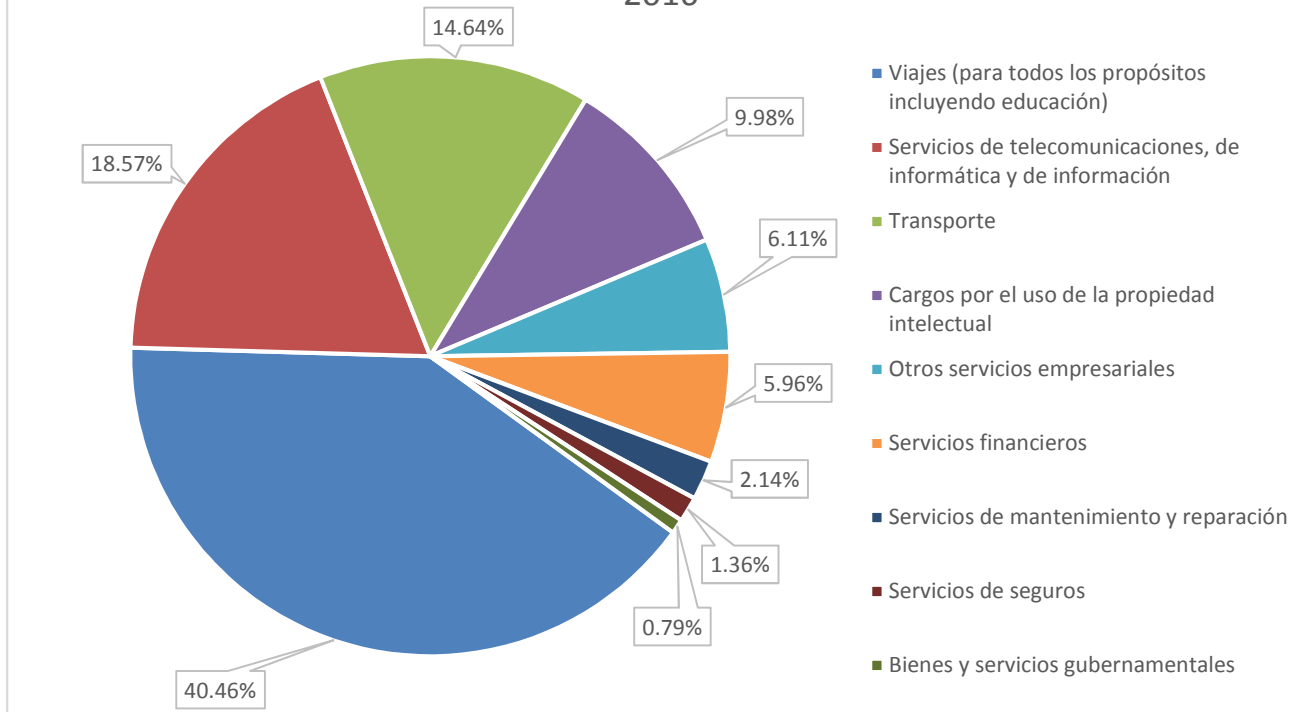
	2012	2013	2014	2015	2016
<b>EXPORTACIONES</b>					
Servicios de mantenimiento y reparación	8000	12000	0	7000	4000
Transporte	204000	219000	220000	225000	235000
Viajes (para todos los propósitos incluyendo educación)	628000	559000	555000	600000	645000
Servicios de seguros	18000	4000	7000	7000	7000
Servicios financieros	101000	64000	50000	45000	54000
Cargos por el uso de la propiedad intelectual	247000	241000	291000	566000	561000
Servicios de telecomunicaciones, de informática y de información	191000	154000	79000	65000	55000
Otros servicios empresariales	488000	481000	439000	543000	666000
Bienes y servicios gubernamentales	13000	13000	11000	10000	14000
<b>Total</b>	<b>1.898.000</b>	<b>1.746.000</b>	<b>1.669.000</b>	<b>2.068.000</b>	<b>2.239.000</b>
<b>IMPORTACIONES</b>					
Servicios de mantenimiento y reparación	153000	178000	138000	214000	188000
Transporte	1.189.000	1.258.000	1.392.000	1.334.000	1.285.000
Viajes (para todos los propósitos incluyendo educación)	2.085.000	2.518.000	2.570.000	2.758.000	3.551.000
Servicios de seguros	113000	95000	105000	120000	119000
Servicios financieros	400000	393000	426000	460000	523000
Cargos por el uso de la propiedad intelectual	725000	824000	803000	913000	876000
Servicios de telecomunicaciones, de informática y de información	1.119.000	1.311.000	1.297.000	1.577.000	1.630.000
Otros servicios empresariales	436000	462000	472000	629000	536000
Bienes y servicios gubernamentales	63000	70000	58000	65000	69000
<b>Total</b>	<b>6.284.000</b>	<b>7.109.000</b>	<b>7.261.000</b>	<b>8.070.000</b>	<b>8.777.000</b>
<b>Balance</b>	<b>4.386.000</b>	<b>5.363.000</b>	<b>5.592.000</b>	<b>6.002.000</b>	<b>6.538.000</b>

Fuente: BEA – Bureau of Economic Analysis

Composición de las exportaciones de servicios, por sector  
2016



Composición de las importaciones de servicios, por sector  
2016



## 5. Oportunidades comerciales

A partir de un trabajo conjunto de la Sección Económico-Comercial de la Embajada de Argentina y la Consejería Agrícola, con el apoyo de los seis consulados en los Estados Unidos, se realizó 2016 un relevamiento del comercio bilateral con los Estados Unidos para evaluar y determinar productos con potencial de crecimiento en las exportaciones, con el objetivo de trabajar en estrategias de promoción comercial dirigidas a este mercado.

Para la realización de este trabajo se tomó como información base los siguientes datos estadísticos:

- Productos que importan los Estados Unidos y que la Argentina también exporta, pero no a este mercado o sólo en cantidades marginales.
- Productos que la Argentina exporta a los Estados Unidos, pero que por el nivel de importaciones de Estados Unidos y la oferta exportable argentina, tienen potencial de crecimiento.

Para alcanzar un número acotado de productos con potencial exportador, se analizaron las siguientes variables:

- Evolución de las importaciones de los Estados Unidos desde Argentina y desde el mundo en los últimos diez años;
- Variación de las exportaciones de Argentina
- Variación de las importaciones totales
- Exportaciones argentinas al mundo en 2015
- Porcentaje de participación argentina en el mercado
- Posición argentina como proveedor en el mercado
- Principales países proveedores incluyendo a la Argentina en los últimos 10 años
- Aranceles que paga la Argentina y los países competidores para ingresar ese producto

En base a estos parámetros se alcanzó un listado de 10 productos industriales y 11 productos agroindustriales con potencial de crecimiento en este mercado. La selección de los productos se basó en su potencial de crecimiento y la posibilidad de ser promocionados en el marco de Ferias y Exposiciones en los Estados Unidos.

**Principales productos agrícolas - Participación de las exportaciones argentinas en el Mercado de los Estados Unidos (2007-2016)**

Miles de dólares

<b>Productos</b>	<b>Importaciones Totales EE.UU. 2016</b>	<b>Exportaciones Arg a EE.UU. 2016</b>	<b>Var. Promedio Mercado (10 años) %</b>	<b>Var. Promedio Exportaciones Arg a EE.UU. (10 años) %</b>	<b>Participación Mercado Arg. 2016 %</b>	<b>Expo Arg al Mundo 2016</b>
<b>Vino de Uva</b>	<b>\$5,554,119</b>	<b>\$328,650</b>				
<b>Vino en envases menores a 2 lts (90%)</b>			10.24%	158%	7%	\$738,254
Vino Orgánico Tinto	\$33,562	\$4,178	*	*	12%	*
Vino Orgánico Blanco	\$15,697	\$443	*	-97%	3%	*
Vino en envases mayores a 2 lts (9%)	\$266,151	\$19,447	191.98%	4340%	7%	\$63,428
Vino espumante (1%)	\$1,062,853	\$1,686	50.23%	*	*	\$15,143
Vino Orgánico Espumantes	\$21,461	\$61	*	*	*	*
<b>Productos de la Pesca</b>	<b>\$9,673,417</b>	<b>\$116,592</b>				
<b>Filetes de Pescado Congelado</b>			57.30%	3%	1%	\$236,972
<b>Langostino Congelado</b>	\$4,433,937	\$66,709	49.23%	2278%	2%	\$1,018,342
<b>Jugos de Frutas</b>	<b>\$163,551</b>	<b>\$66,458</b>				
<b>Jugo de Limón</b>	\$163,551	\$66,458	349.69%	1530%	41%	\$177,316
<b>Frutas Frescas</b>	<b>\$1,048,581</b>	<b>\$152,673</b>				
<b>Arándanos</b>	\$893,484	\$85,344	293.88%	127%	10%	\$125,787
Arándanos Orgánicos	\$25,400	\$5,672	*	*	22%	*
<b>Peras</b>	\$116,549	\$48,834	-7.03%	-10%	42%	\$270,041
Peras Orgánicas	\$13,148	\$12,823	*	*	98%	*
<b>Miel</b>	<b>\$480,552</b>	<b>\$72,519</b>				
<b>Miel (99,9% a granel)</b>	\$406,924	\$71,977	150.01%	101%	18%	\$168,868
Miel Orgánica	\$73,628	\$542	*	*	1%	*
<b>Aceites Vegetales</b>	<b>\$1,687,594</b>	<b>\$41,070</b>				
<b>Aceite de Oliva</b>	\$1,291,357	\$19,066	37.39%	-37%	1%	\$59,506
Virgen en envases mayores a 18 Kg. (96%)	\$323,554	\$16,804	122.57%	-34%	5%	\$54,838
Extra Virgen Orgánico	\$72,683	\$5,200	*	*	7%	*
<b>Infusiones</b>	<b>\$190,413</b>	<b>\$72,672</b>				

## GUIA DE NEGOCIOS DE LOS ESTADOS UNIDOS

Productos	Importaciones Totales EE.UU. 2016	Exportaciones Arg a EE.UU. 2016	Var. Promedio Mercado (10 años) %	Var. Promedio Exportaciones Arg a EE.UU. (10 años) %	Participación Mercado Arg. 2016 %	Expo Arg al Mundo 2016
<b>Té Negro (más de 3 Kg)</b>	\$190,413	\$72,672	42.33%	97%	38%	\$97,032
<b>Hortalizas Procesadas</b>	\$452,862	\$4,333				
<b>Aceitunas</b>	\$418,149	\$2,261	5.45%	-90%	1%	\$86,583
<i>A granel en envases mayores a 8Kg. (91%)</i>	\$34,713	\$2,072	64.19%	465%	6%	*
<b>Alimento para Animales</b>	\$750,745	\$1,921				
<b>Alimentos para Perros y Gatos</b>	\$750,745	\$1,921	146.59%	7904%	0.3%	\$110,488

Fuente: Elaboración propia de la Sección Económica y Comercial en Washington, D.C., con datos del USITC y Centro de Economía Internacional (ARGEXIM)

### Principales productos no agrícolas - Participación de las exportaciones argentinas en el mercado de los Estados Unidos (2007-2016)

Miles de dólares

Producto	Impo Totales EE.UU. 2016	Expo Arg a EE.UU. 2016	Var. Promedio Mercado (10 años) %	Var. Promedio Exportaciones Arg a EE.UU. (10 años) %	Participación Mercado Arg. 2016 %	Expo Arg al Mundo 2016
<i>Aceites crudos de petróleo o de mineral bituminoso, crudo</i>	\$75,084,296	\$121,323	-59.74%	-82.22%	0.16%	\$739,877
<i>Aluminio en bruto</i>	\$7,909,898	\$303,737	-4.80%	91.83%	3.84%	\$507,303
<i>Aluminio, que no sean aleaciones, en bruto</i>	\$3,931,145	\$159,930	-0.97%	106.45%	4.07%	\$328,194
<i>Aleaciones de aluminio, en bruto</i>	\$3,957,237	\$143,150	-8.48%	77.02%	3.62%	\$179,109
<i>Tuberías de Revestimiento utilizadas para extracción de petróleo o gas, de hierro o acero</i>	\$702,325	\$49,335	-42.35%	451.72%	7.02%	\$181,285

## GUIA DE NEGOCIOS DE LOS ESTADOS UNIDOS

Producto	Impo Totales EE.UU. 2016	Expo Arg a EE.UU. 2016	Var. Promedio Mercado (10 años) %	Var. Promedio Exportaciones Arg a EE.UU. (10 años) %	Participación Mercado Arg. 2016 %	Expo Arg al Mundo 2016
Aceros aleados (distintos del inoxidable), cubierta transparente, roscado o acoplados, de los tipos utilizados para la extracción de petróleo o gas	\$369,139	\$48,337	19.39%	25340.53%	13.09%	\$75,349
Aceros aleados (distintos del inoxidable), cubierta transparente, no roscada o acoplados, de los tipos utilizados para la extracción de petróleo o gas	\$133,551	\$445	-1.58%	32.44%	0.33%	\$105,431
Lingotes de plata	\$3,768,264	\$84,206	84.03%	100.00%	2.23%	\$193,046
Aceites ligeros y preparaciones que contengan GT = 70% en peso o aceites de minerales bituminosos, sin adición de biodiesel, exc. los aceites usados	\$17,159,970	\$2,808	-50.38%	-98.47%	0.02%	\$283,411
Gases de petróleo y demás hidrocarburos gaseosos	\$14,184,325	\$70,304	-69.77%	142.38%	0.50%	\$292,592
Propano, líquido	\$2,256,027	\$28,939	-55.43%	409.22%	1.28%	\$134,263
Butano, líquido	\$540,862	\$38,791	-73.91%	1451.02%	7.17%	\$101,590
Carbonato de litio	\$76,624	\$53,962	39.59%	131.81%	70.42%	\$155,562
Oro no monetario, en bruto	\$15,193,338	\$93,194	286.20%	100.00%	0.61%	\$2,044,530
Bombas centrífugas para líquidos, no provistas de un dispositivo de medición	\$1,232,722	\$26,848	61.41%	400.62%	2.18%	\$45,290
Neumáticos nuevos de caucho, de los tipos utilizados en automóviles	\$7,117,456	\$11,889	57.12%	-70.72%	0.17%	\$163,084

Fuente: Elaboración propia de la Sección Económica y Comercial en Washington, D.C., con datos del USITC y Centro de Economía Internacional (ARGEXIM)

Para mayor información, contáctese con la Sección Económico-Comercial de la Embajada Argentina en Washington DC. (ver información institucional de esta Guía)



## 6. Estructura y Características del Mercado

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 estadounidense es considerado como uno de los más robustos y consumistas del mundo. Este cuenta con un poco más de 318 millones de habitantes con una capacidad de consumo per cápita de alrededor US\$ 53.000. Asimismo, cabe señalar que el consumo personal y el comercio al por menor han sido los principales factores que han contribuido a la recuperación de la economía en este país.

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.

### I. Requerimientos 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.

- **Aduana de los Estados Unidos** (Department of Homeland Security-Customs and Border Protection [www.cbp.gov](http://www.cbp.gov)). En esta página podrá encontrar toda la información sobre procedimientos y requisitos generales de importación de mercancías y servicios. Esta información solo está disponible en inglés.

- **Small Business Administration** ([www.sba.gov](http://www.sba.gov)). Es el sitio oficial de negocios del Gobierno de Estados Unidos. Contiene amplia información de sitios web referentes a trámites, procedimientos, documentos comerciales, leyes, normas, barreras al comercio y otros temas de interés para exportar y/o importar desde y hacia los EE.UU..

- **Food and Drug Administration FDA** ([www.fda.gov](http://www.fda.gov)). Esta agencia se encuentra bajo la jurisdicción del Departamento de Sanidad y Consumo de Estados Unidos.

Esta agencia da las directrices para el ingreso de los siguientes alimentos: Carne de pescado, búfalo, conejo, venado, entre otras. Productos alimenticios sólidos o líquidos que no contengan alcohol o más de un 2% de contenido en componentes cárnicos. Alimentos para animales y aguas embotelladas.

- **Food Safety and Inspection Service (FSIS)** ([www.fsis.usda.gov](http://www.fsis.usda.gov)). Esta Agencia que se encuentra bajo el Departamento de Agricultura (USDA) controla: todos los productos que contengan más de un 2% de contenido cárnico, cocido o más de un 3% de contenido cárnico en crudo como por ejemplo la carne de bovino vacuno, caprino, aves, huevos y productos derivados, entre otros.

- **Animal and Plant Health Inspection Service (APHIS)** ([www.aphis.usda.gov](http://www.aphis.usda.gov)). Esta agencia se encarga de velar por la sanidad vegetal y animal de los productos alimenticios exportados.

- **Alcohol and Tobacco Tax and Trade Bureau (TTB)** ([www.ttb.gov](http://www.ttb.gov)). Se encarga del control de las bebidas alcohólicas.

## II. Aranceles

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 Reglamento de Aranceles de este país y dependiendo del producto y país de origen, ya que existen diferentes regímenes aduaneros preferenciales o según el tratamiento para Relaciones Comerciales Normales (NTR) o Nación Más Favorecida NMF.

Aunque los aranceles de importación en Estados Unidos se consideran en promedio bajos, muchos productos están sujetos a restricciones cuantitativas mediante cuotas-tarifarias o absolutas. Los contingentes arancelarios 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.

Por otro lado, los impuestos de importación pueden ser Ad Valorem (valor fijado de acuerdo al precio del producto que se está gravando), 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 ([www.dataweb.usitc.gov](http://www.dataweb.usitc.gov)) podrá encontrar el reglamento de aranceles de este país.

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.

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.

Por otra parte, existen diferentes regímenes preferenciales que determinan exenciones totales o parciales del pago de derechos. Estas pueden cubrir numerosos sectores y países beneficiarios como el Sistema Generalizado de Preferencias- SGP; resultar de acuerdos para ciertos productos (farmacéuticos, etc.), o ser producto de negociaciones regionales que benefician a los países involucrados en la negociación (acuerdos comerciales bilaterales o regionales como el NAFTA). En general, todos los regímenes preferenciales tienen criterios de elegibilidad (contenido de origen local y otros) que debe cumplir el producto para beneficiarse de la preferencia.

### **III. Canales De Distribución**

#### **a) 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 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.

#### **b) 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 Angeles, 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.

### **c) IMPORTADORES Y DISTRIBUIDORES**

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.

**7. Régimen de inversiones**

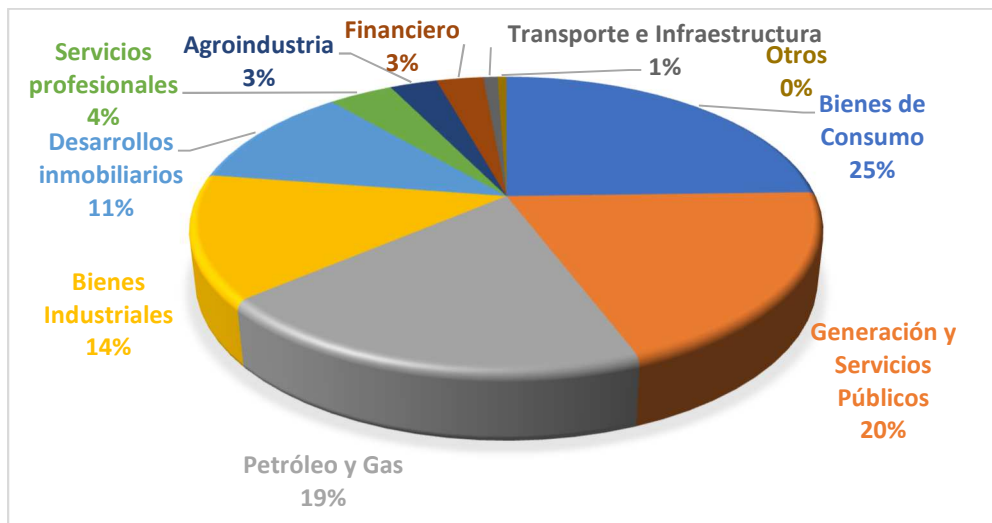
**I. Inversiones Directas de EE.UU en Argentina**

Estados Unidos es el principal inversor extranjero en Argentina, con un stock de US\$ 19.800 millones en 2015, según fuente del BCRA.

Los flujos de IED estadounidenses en Argentina presentaron un comportamiento fluctuante en los últimos años. En 2015 registraron un ingreso de US\$ 2.285 millones, lo que representa una caída del 45% respecto del año anterior.

Entre diciembre de 2015 y el abril de 2017 se registraron un total de 44 proyectos de inversión anunciados por parte de 39 empresas estadounidenses por un monto total que asciende a US\$ 5.639 millones. De este monto, las principales provincias de destino son Buenos Aires, US\$ 2.203 millones, Neuquén, US\$ 1.100 millones, y Santa Fe, US\$ 783 millones.

**Composición IED de Estados Unidos a Argentina, Dic 2015-abril 2017**



**Evolución de la IED de Estados Unidos en Argentina, 2005-2015<sup>1</sup>**

(En US\$ millones)

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
<i>Stock</i>	11.615	12.082	13.771	13.825	13.908	14.583	16.207	18.469	18.981	21.490	19.800
<i>Flujo</i>	1.196	772	750	2.292	1.127	1.122	2.173	2.224	2.316	4.140	2.285

<sup>1</sup>Datos correspondientes al primer nivel de tenencia. Dado que las empresas multinacionales suelen canalizar sus inversiones en el exterior mediante filiales en terceros países, el valor del *stock* de IED registrado por el BCRA puede resultar en valores distintos a los esperados.

- El stock de IED estadounidense en Argentina se encuentra concentrada principalmente en petróleo (40%); industria química, caucho y plástico (9%); maquinarias y equipos (7%) e industria automotriz (6%). Estados Unidos es un inversor de peso en el sector de servicios informáticos, explicando 54% del stock de IED de ese sector en Argentina en 2015; en petróleo (50%); en maquinarias y equipos (40%); y en servicios de esparcimiento (44% de la IED sectorial).

### **II. Compañías argentinas con presencia y/o anuncios de inversión en Estados Unidos**

Según la base FDI Markets (The Financial Times Limited), de 2003 a la fecha se registraron 18 anuncios de inversión greenfield de Argentina en Estados Unidos. Se destaca el sector de software y servicios TI (11 anuncios), en donde la empresa Globant registra cuatro anuncios de inversión.

#### **Anuncios de proyectos de IED greenfield de empresas argentinas en Estados Unidos (2003 – julio 2016)**

Sector	Compañía	Actividad	Cant. de proyectos	Año
Software y servicios TI	Globant	Ventas, Marketing y Soporte	4	2007, 2012, 2015
	StartMeApp	Servicios profesionales	1	2012
	App Master	Ventas, Marketing y Soporte	1	2011
	NeuralSoft	Ventas, Marketing y Soporte	1	2011
	Baufest	Servicios profesionales	1	2011
	Hexacta	Ventas, Marketing y Soporte	1	2010
	I-Sol	Ventas, Marketing y Soporte	1	2010
	Promored	Servicios profesionales	1	2006
Hoteles y Turismo	Grupo Indalo	Hoteles y Turismo	1	2013
	Faena Group	Hoteles y Turismo	1	2013
Siderurgia	Tenaris	Manufactura	1	2012
Logística y almacenamiento	Maruba Lines	Logística, Distribución y Transporte	1	2007
Comercio Electrónico	MercadoLibre	Ventas, Marketing y Soporte	1	2011
Alimentos y bebidas	Trapiche	Ventas, Marketing y Soporte	1	2013
Construcción	Consultatio	Construcción	1	2012

Fuente: MREC en base FDI Markets

De acuerdo a la base de fusiones y adquisiciones de Dealwatch, desde 2005 hubo 21 operaciones de adquisición (total o parcial) de compañías localizadas en Estados Unidos por parte de empresas argentinas. Se destacan las operaciones en el sector inmobiliario (seis operaciones), en donde la empresa argentina IRSA Inversiones y Representaciones S.A. realizó cinco operaciones, mientras que Consultatio S.A. efectuó una operación. Otros sectores destacados fueron alimentos y bebidas (cinco operaciones); software y servicios TI (tres operaciones) y manufacturas de acero (dos operaciones).

### III. Select USA – Agencia de Inversiones de los Estados Unidos

[SelectUSA](#) es un programa de Estados Unidos que forma parte del International Trade Administration (Administración de Comercio Internacional) del Departamento de Comercio de los Estados Unidos.

Desde su creación en 2011, SelectUSA ha propiciado más de US\$22.5 mil millones en inversiones en Estados Unidos. Su misión es promover inversiones generadoras de empleo en los Estados Unidos y dar a conocer el papel fundamental que la inversión extranjera directa (IED) juega en la economía de Estados Unidos. SelectUSA ayuda a las empresas, independientemente de su tamaño a encontrar la información que necesitan para tomar decisiones de inversión; a vincular a las personas adecuadas a nivel local y brindar orientación acerca del sistema de regulación federal.

SelectUSA ofrece información a los inversionistas sobre los beneficios de establecer operaciones en Estados Unidos, y cómo promoverlas. SelectUSA ayuda a los inversionistas a comprender cómo funciona el sistema y reglamentos estadounidenses, y proporciona datos de alta calidad y contactos locales.

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 “[Servicios para las Empresas](#)” que trabaja en forma directa e individual con los inversores empresariales extranjeros para navegar las reglas y regulaciones federales, [suministrar datos](#) y otro tipo de información, y vincular a las empresas con socios y recursos en Estados Unidos.

A su vez, la Agencia realiza numerosas conferencias -presenciales y online-, charlas y roadshows en forma mensual que pueden ser consultados en su [sitio web](#) y organiza una [Conferencia Anual](#) que este año, 2017, tendrá lugar en Washington D.C. del 18 al 20 de junio.

#### Principales fuentes de IED en los Estados Unidos

Rank	Origen	Stock a 2015 en US\$ millones	Participación en total
1	Reino Unido	US\$ 568.948	18,2%
2	Japón	US\$ 414.007	13,2%
3	Canadá	US\$ 341.948	10,9%
4	Alemania	US\$ 318.988	10,2%
5	Francia	US\$ 251.375	8%
6	Irlanda	US\$ 200.502	6,4%
7	Suiza	US\$ 143.534	4,6%
8	Holanda	US\$ 137.406	4,4%
9	España	US\$ 61.378	2%
10	Suecia	US\$ 50.875	1,6%

11	Italia	US\$ 47.049	1,5%
12	Australia	US\$ 44.925	1,4%
13	Bélgica	US\$ 43.335	1,4%
14	Corea del Sur	US\$ 38.174	1,2%
15	Méjico	US\$ 35.516	1,1%

### Fuentes de mayor crecimiento de IED en los Estados Unidos

Rank	Origen	Stock a 2015 en US\$ millones	Tasa de crecimiento Anual compuesto
1	Argentina	US\$ 3.771	38.9%
2	Chile	US\$ 2.475	36.9%
3	China	US\$ 20.765	30.8%
4	Malasia	US\$ 1.613	20.5%
5	Corea del Sur	US\$ 38.174	17.3%
6	Noruega	US\$ 29.600	14.9%
7	Emiratos Árabes	US\$ 27.480	14.2%
8	Colombia	US\$ 2.468	14%
9	India	US\$ 11.345	13.6%
10	Irlanda	US\$ 200.502	12.8%
11	Bermuda	US\$ 27.585	11.7%
12	Brasil	US\$ 14.525	11.7%
13	Hong Kong	US\$ 14.525	11.4%
14	Japón	US\$ 414.007	9.8%
15	Finlandia	US\$ 13.278	9.7%

Fuente: Oficina de Análisis Económico de los Estados Unidos (BEA)

#### IV. Información Para El Establecimiento De Empresas En Los Estados Unidos

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 puede 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.

Como se indicara previamente, 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, estatales y locales), leyes laborales (federales y estatales), exigencias de Ciudades y Condados (licencias, tasas, etc.), incentivos, aspectos medioambientales.

Fuentes de información:

[www.business.gov](http://www.business.gov)

[www.sba.gov](http://www.sba.gov)

[www.irs.gov](http://www.irs.gov)

### V. Internacionalización de franquicias

En general para empresas internacionales que buscan expandirse en el mercado de Estados Unidos a través del establecimiento de franquicias suele ser esencial poseer con un caso testigo (proof of concept). Este caso testigo implica abrir 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 dividir 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 una 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 “sub-franquicias”.

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](http://www.franchisedirect.com)
- ✓ American Association of Franchisee and Dealers, [www.aafd.org](http://www.aafd.org).

## 8. Información útil

### a. Promoción comercial

La Cancillería Argentina lleva adelante diversas acciones con el objetivo de promover las exportaciones de productos argentinos al mundo, entre ellas:

- Misiones comerciales en el exterior: como parte de su política de promoción comercial, la Cancillería argentina brinda apoyo a las empresas exportadoras y a las que buscan salir por primera vez a los mercados externos. Una parte fundamental de esta actividad se lleva a cabo mediante la realización de misiones comerciales a diversos destinos alrededor del mundo, con el fin de promover la inserción de los productos nacionales en los mercados internacionales.
- Visitas de importadores extranjeros a nuestro país (misiones inversas).
- Participación en ferias y exposiciones internacionales.

Asimismo, realiza acciones permanentes de promoción y posicionamiento de los productos argentinos a través del trabajo de las representaciones comerciales en el exterior. Las más de 140 representaciones argentinas en todo el mundo son una pieza clave para promoción comercial y de inversiones por el trabajo permanente que realizan a través de acciones que incluyen desde la organización de eventos promocionales específicos hasta la elaboración de informes de inteligencia comercial referidos a sectores económicos de interés, pasando por el apoyo dado a la participación de empresas argentinas en distintas ferias y encuentros de negocios alrededor del mundo. En los Estados Unidos, la Embajada Argentina en Washington DC y los seis consulados en el país trabajan diariamente en la promoción comercial y de inversiones.

Los informes de inteligencia comercial y de identificación de oportunidades comerciales, pueden ser consultados en el portal Argentina Trade Net: [www.argentinatradenet.gov.ar](http://www.argentinatradenet.gov.ar)

- **Participación Argentina En Ferias Y Exposiciones**

La participación en las Ferias y Exposiciones constituye una de las formas más apropiadas para presentar los productos en el mercado de los Estados Unidos. Un gran número de hombres de negocios participan en las Ferias y Exposiciones especializadas para interiorizarse en un plazo muy corto con las novedades del mercado y tomar contacto con sus proveedores o identificar nuevas fuentes de compra.

El Gobierno argentino participa institucionalmente en ferias y exposiciones, a través del Ministerio de Relaciones Exteriores y Culto y la Agencia Argentina de Inversiones y Comercio Internacional. Los exportadores nacionales pueden inscribirse en las Ferias en forma individual, o a través de los stands nacionales. En el caso de esta última alternativa, las gestiones deben efectuarse en las fechas convocadas a tal efecto. Puede accederse a un calendario de eventos en la siguiente página web: [www.investandtrade.org.ar/exportar\\_calendario\\_crm.php](http://www.investandtrade.org.ar/exportar_calendario_crm.php)

En todos los sectores existen numerosos eventos con diversas características. Algunas ferias y exposiciones son de alcance regional dentro de los EE.UU. pero pueden resultar de interés si se ha dispuesto concentrar la estrategia de promoción en la zona.

## 9. Información Institucional

### a) Embajada y Consulados Argentinos en los Estados Unidos

La Sección Económica y Comercial desarrolla acciones de promoción con el objetivo de incrementar y diversificar las exportaciones argentinas a los Estados Unidos y de atraer inversiones productivas hacia nuestro país.

Entre sus funciones se incluyen:

- Fortalecer la relación económica y comercial bilateral, facilitando el contacto entre funcionarios del sector público y representantes del sector privado
- Asistir al sector privado en las misiones comerciales y de negocios, en particular de las pequeñas y medianas empresas
- Identificar y analizar la información de inteligencia comercial con el fin de evaluar e identificar oportunidades en el mercado estadounidense
- Difundir oportunidades de inversión en proyectos productivos sectoriales
- Promover el turismo receptivo hacia la Argentina

Para consultas sobre el ingreso de productos y servicios al mercado estadounidense, incluyendo información relevante sobre sectores de interés, el ambiente de negocios, las condiciones del mercado local, la nómina de importadores y distribuidores, la Sección Económica y Comercial de la Embajada, así como los Consulados Generales (en las ciudades de Atlanta, Chicago, Houston) y los Consulados Generales y Centros de Promoción Comercial (en las ciudades de Los Ángeles, Nueva York y Miami), podrán brindar su asesoramiento.

#### **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](mailto:econargusa@embassyofargentina.us)

website: <http://www.embassyofargentina.us>

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

#### **Consulado General en Atlanta**

245 Peachtree Center Avenue

Marquis One Tower, Suite 2101

Atlanta, GA 30303

Tel (404) 880-0805

Fax (404) 880-0806

e-mail: [catla@mrecic.gov.ar](mailto:catla@mrecic.gov.ar)

website: <http://www.catla.mrecic.gov.ar>

**Jurisdicción:** Alabama, South Carolina, Georgia, Kentucky, Mississippi y Tennessee

## **Consulado General en Chicago**

205 N Michigan Ave. Suite 4208/9

Chicago, IL 60601

Tel (312) 819-2620/10

Fax (312) 819-2626/12

e-mail: [cchic@mrecic.gov.ar](mailto:cchic@mrecic.gov.ar)

website: [www.cchic.mrecic.gov.ar](http://www.cchic.mrecic.gov.ar)

**Jurisdicción:** Illinois, Indiana, Iowa, Kansas, Michigan, Minnesota, Missouri, Ohio, Nebraska, North Dakota, South Dakota y Wisconsin

## **Consulado General en Houston**

3050 Post Oak Bl. Suite 1625

Houston, TX 77056

Tel (713) 871-8935

Fax: (713) 871-0639

e-mail: [chous@mrecic.gov.ar](mailto:chous@mrecic.gov.ar)

Website: <http://www.chous.mrecic.gov.ar>

**Jurisdicción:** Arkansas, Colorado, Louisiana, New Mexico, Oklahoma y Texas.

## **Consulado General en Los Angeles**

5055 Wilshire Blvd. Suite 210

Los Angeles, CA 90036

Tel (323) 954-9155

Fax (323) 934-9076

e-mail: [secom\\_clang@mrecic.gov.ar](mailto:secom_clang@mrecic.gov.ar)

website: [www.clang.mrecic.gov.ar](http://www.clang.mrecic.gov.ar)

**Jurisdicción:** Arizona, Alaska, California, Hawaii, Idaho, Montana, Oregón, Nevada, Utah, Washington, Wyoming, Islas del Pacífico e Islas Carolinas.

## **Consulado General en Miami**

1101 Brickell Ave. – 9<sup>th</sup>. Floor – North Tower

Miami, FL 33131

Tel (305) 373-1889

Fax (305) 373-1598

e-mail: [cmiam@mrecic.gov.ar](mailto:cmiam@mrecic.gov.ar)

website: [www.consuladoargentinoenmiami.org](http://www.consuladoargentinoenmiami.org)

**Jurisdicción:** Estado de Florida, Estado Libre Asociado de Puerto Rico, Islas Vírgenes (EE.UU.), Montserrat (Gran Bretaña), Islas Cayman (Gran Bretaña), Anguilla y Bahamas.

## **Consulado General en New York**

12 West 56<sup>th</sup> Street

New York, NY 10019

Tel (212) 603-0401

Fax (212) 247-3681 o 541-7746

e-mail: [comercial@cnyor.com](mailto:comercial@cnyor.com)

website: <http://www.cnyor.mrecic.gov.ar>

**Jurisdicción:** Connecticut, Maine, Massachusetts, New Hampshire, New Jersey, New York, Rhode Island y Vermont.

## **Consejería Agrícola**

1600 New Hampshire Ave., N.W.

Washington, DC 20009

Tel (202) 238-6443

Fax (202) 332-1324

e-mail: [agricola@consejeria-usa.org](mailto:agricola@consejeria-usa.org)

website: [www.consejeria-usa.org](http://www.consejeria-usa.org)

## ***b) Agencias gubernamentales de los Estados Unidos relacionadas con el comercio exterior***

Los organismos citados a continuación están relacionados con las operaciones de comercio exterior. Sin embargo, la mayoría de los trámites y consultas son efectuados por los importadores que son los responsables para obtener la liberalización de los productos a plaza.

### **U.S. Department of Commerce**

(Departamento de Comercio)

14th St and Constitution Ave. NW

Washington, DC 20230

Tel (202) 482-2000

Fax (202) 482-4576

<http://www.commerce.gov/>

### **National Marine Fisheries Service**

1315 East West Highway

Silver Spring, MD 20910

Tel. (301) 713-2289

<http://www.nmfs.noaa.gov/>

### **U.S. Department of Agriculture**

(Departamento de Agricultura)

14th. St. and Independence SW

Washington, DC 20250

Tel. (202) 720-8732

Fax (202) 720-2791

<http://www.usda.gov>

### **U.S. Department of Agriculture**

Food Inspection and Safety Service (FSIS)

(Servicio de Inspección y Seguridad Alimenticia)

Import Inspection Division

106 South 15<sup>th</sup> Street

Omaha, NE 68102

<http://www.usda.gov/agency/fsis>

### **U.S Department of Agriculture**

Animal and Plant Health-Inspection Service

(Servicio de Inspección de Sanidad Animal y Vegetal)

P.O. Box 96464

Washington, DC 20090

Tel (202) 720-2791/2511

Fax (202) 720-3054

<http://www.aphis.usda.gov>

## **Environmental Protection Agency**

(Agencia para la Protección del Medio Ambiente)

401 M St. SW

Washington, DC 20460

Tel (202) 260-2090/2080

Fax (202) 260-0500

<http://www.epa.gov>

## **Foreign Agricultural Service**

(Servicio Exterior Agrícola)

Animals:

USDA-APHIS-VS

Riverdale, MD 20737-1231

Tel (301) 734-7885

Plants:

USDA-APHIS-PPQ

Riverdale, MD 20737-1231

Tel (301) 734-8896

<http://www.fas.usda.gov>

## **Food and Drug Administration**

(Administración de Drogas y Alimentos)

Division of Import Operations and Policy

(HFC-170)

5600 Fisher Lane

Rockville, MD 20857

Tel. (301) 443-6553

Fax (301) 443-0413

<http://www.fda.gov/>

## **Bureau of Alcohol, Tobacco and Firearms (BATF)**

650 Massachusetts Ave. NW

Washington, DC 20226

Tel.(202) 927-7920 (armas- municiones)

(202) 927-8110 (bebidas alcohólicas)

<http://www.atf.gov>

<http://www.ttb.gov/beer/>

<http://www.ttb.gov/wine/>

<http://www.ttb.gov/spirits/>



**U.S. Customs Service**

(Servicio de Aduanas)  
Office of Regulations and Rulings  
1300 Pennsylvania Avenue, NW  
Washington, DC 20229  
Tel. (202) 927-0760  
<http://www.cbp.gov/>  
<http://www.cbp.gov/trade/basic-import-export>

**International Trade Commission**

(Comisión de Comercio Internacional)  
500 E Street, SW  
Washington, DC 20436  
Tel. (202) 205-2000  
<http://www.usitc.gov>

**c) Cámaras de comercio y organizaciones comerciales en los Estados Unidos****US Chamber of Commerce**

International Division  
(Cámara de Comercio)  
1615 H St. NW  
Washington, DC 20062  
Tel (202) 463-5460  
Fax (202) 463-3114  
<http://www.uschamber.org>

**Argentine Florida Chamber of Commerce**

(Cámara de Comercio Argentina-Florida)  
Four Season Tower - 1441 Brickell Avenue  
Suite 1008 - Miami, FL 33131  
Phone 305-358-1238  
Fax: 305-374-8892  
<http://www.argentinaflorida.org/>

**Argentine-American Midwest Chamber of Commerce**

(Cámara de Comercio Argentino-Americana del Medio-Oeste)  
30 South Wacker Drive, Suite 2200  
Chicago, Illinois 60606  
Tel: 312 466 5707  
Fax: 312 466'5601  
<http://www.argentinechamber.com>

**American Association of Exporters and Importers**

(Asociación de Exportadores e Importadores)  
1050 17th Street, NW  
Washington, DC 20036  
Tel. 202.857.8009

Fax. 202.857.7843

<http://www.aaei.org/>

**The National Customs Brokers & Forwarders Association of America, Inc.**

(Asociación de Agentes de Aduana)

1200 18th Street, NW, #901 Washington, DC 20036

Tel.: (202) 466-0222 Fax (202) 466-0226

<http://www.ncbfaa.org/>