



Embajada de la
República Argentina
Estados Unidos de América

Ministerio de Relaciones Exteriores y Culto

GUIA DE NEGOCIOS DE LOS ESTADOS UNIDOS

INDICE

1. Datos básicos	1
2. Perfil económico-comercial del país	6
a) Características del Mercado	7
b) Régimen de Política Comercial y de Inversiones. Principales agencias de gobierno.	10
c) Comercio e inversiones de Estados Unidos con el mundo y con Argentina	15
3. ¿Cómo exportar a los Estados Unidos?	29
a) Requisitos Generales de Acceso	29
b) Impuestos de importación y otras cargas.....	30
c) Régimen especial de importación “Sistema Generalizado de Preferencias”	30
d) Productos sujetos a cupos y productos sujetos a medidas de defensa comercial	31
e) Regímenes aduaneros especiales	33
f) Requisitos técnicos y certificados	34
g) Canales de distribución.....	34
h) Impuestos.....	36
i) Preguntas fundamentales al momento de exportar	39
4. Sectores con potencial para productos y servicios argentinos	40
5. Viajes de negocios, visados e incentivos	44
6. Datos de contacto	48
7. Establecimiento en el Mercado	50
8. Fuentes	52

1. Datos básicos

Características

Superficie total de 9,6 millones de Km².

Población total de 330.652.685 (Nov 2020)

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

Población de los cinco estados 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 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 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. Perfil económico-comercial del país

El año 2019 fue de crecimiento económico, aunque a una tasa menor que los años anteriores, en cambio, el año 2020 ha sido un año de contracción económica principalmente debido a la crisis económica global desatada por la pandemia del COVID-19.

El PBI creció un 2.3% en 2019, comparado al crecimiento de 2.9% que tuvo durante el 2018. Durante los cuatro trimestres de 2019 el PBI creció entre 2% y 3%.

El aumento del PBI en 2019 reflejó contribuciones positivas del consumo, la inversión fija no residencial, 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. También aumentaron las importaciones.

La desaceleración del PBI en el 2019, en comparación con 2018, refleja desaceleración en las inversiones fijas no residenciales y el consumo, también una baja en las exportaciones, lo cual fue parcialmente compensado con el aumento del gasto público del gobierno federal y los gobiernos estatales. Las importaciones crecieron menos en 2019 que en 2018.

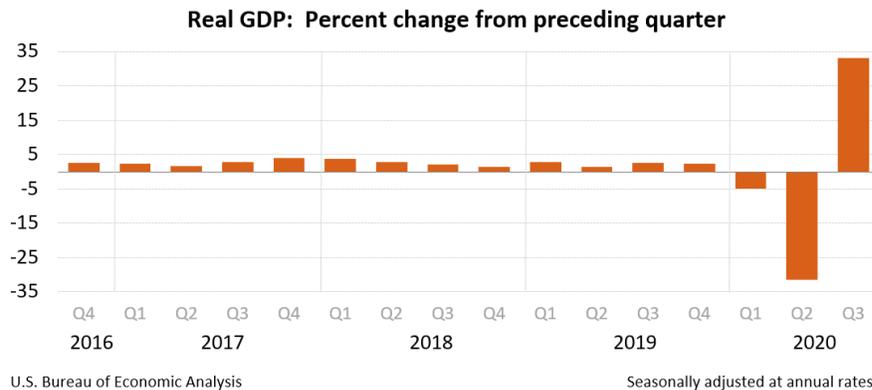
El PBI real creció un 4.1%, unos \$848,8 mil millones de dólares, en el 2019, llegando a unos \$21,43 billones de dólares, en comparación con el incremento de 5,4%, o \$1.060,8 mil millones de dólares del 2018.

El índice de precios aumentó 1,6% en 2019, en comparación con el incremento del 2,4% que tuvo en 2018. Durante el primer trimestre de 2020 el PBI real cayó un 5%, en el segundo trimestre tuvo una caída del 31,7%, y la estimación para el tercer trimestre del 2020 es de un crecimiento del 33.1% (U.S. Bureau of Economic Analysis).

El crecimiento en el tercer trimestre del 2020 refleja los esfuerzos de los comercios para reabrir luego de verse obligados a cerrar sus puertas cuando se el COVID-19 golpeó al país en marzo del 2020 y así retomar sus actividades que habían sido pospuestas o restringidas. No es posible, todavía, apreciar el impacto total del COVID-19 en las estimaciones del PBI, porque los impactos generalmente están incorporados en los datos de origen y no pueden identificarse por separado.

Más allá del crecimiento positivo del PBI durante el tercer trimestre del año en curso, el PBI se encuentra por debajo – un 3,5%- del PBI pre-pandemia, y no hay indicios aún de que la situación sanitaria esté controlada. Durante la semana del 14 de diciembre se inicia el plan nacional de vacunación masiva en los Estados Unidos y recién se estima que la situación sanitaria esté controlada a comienzos del verano. Sobre el particular, es importante destacar que si bien el gobierno ha implementado una política de ayuda para el desempleo (CARES ACTS) y el sostenimiento del gasto personal, se estima que durante la pandemia se perdieron 22 millones de empleos, los cuales, al tercer trimestre del 2020, sólo habían sido reemplazados por la mitad.

Se espera, que la nueva administración de gobierno, de la mano del Presidente Joe Biden, implemente nuevos paquetes de estímulos que permitan aumentar los gastos personales, públicos e inventarios, para sostener el crecimiento económico.



Respecto a la tasa de interés, por la crisis económica que se ha desató en el año en curso, la Fed se ha visto obligada a bajar las tasas de interés en pos de incentivar el consumo y así lograr paliar los efectos de la crisis. En marzo del 2020 establecieron que la tasa de interés sería del 1,25%, pero a fines del mismo mes debieron reducir nuevamente la tasa a un valor de virtualmente 0, exactamente a 0,25%. No se alcanzaban estos valores de las tasas de interés desde la crisis económica del 2008, cuando debieron reducir las tasas a estos valores hasta diciembre del 2015.

La tasa de desempleo bajó de 3,9% a 3,7% en 2019. Sin embargo, el FMI prevé que esta tendencia se vea fuertemente afectada por el impacto económico negativo de la pandemia de COVID-19: estima actualmente que la tasa aumentará a 10,4% en 2020 y bajará ligeramente a 9,1% en 2021. Por lo demás, si al día de hoy se toma en cuenta a los trabajadores desanimados que han dejado el mercado laboral y aquellos que han tomado trabajos de medio tiempo, el desempleo real se eleva a 8,1% (enero de 2019; Oficina de Estadísticas Laborales). El número de personas sin seguridad de salud bajó considerablemente desde 2010 a 2016, pero está subiendo nuevamente con recortes fiscales. Las políticas actuales de salud pública tienden a empeorar las desigualdades de ingreso.

a) Características del Mercado

EE.UU. es la primera economía en el mundo, cuenta con 329 millones de consumidores que disponen de una renta per cápita de 65.280\$ (en 2019). Según datos de la UNCTAD, en 2019 EE.UU. ocupó el segundo lugar como emisor de inversión (9,5% del total mundial) y fue el principal receptor de inversión extranjera (15,9% del total). La economía creció 2,3% en 2019 —en comparación con 2,9% en 2018— y se estima que el crecimiento caerá a -5,9% en 2020 debido al brote de COVID-19, y que luego repuntará a 4,7% en 2021, según las últimas estimaciones del FMI (del 14 de abril de 2020). Coface calculó un crecimiento de un 2,5% del PIB en 2019, cerca de las estimaciones del FMI, y también prevé una ralentización.

Estados Unidos posee una economía muy avanzada tecnológicamente, bien diversificada y con un gran peso del sector servicios, que supone más de dos tercios del PIB, excluido el sector público. El sector industrial, que ha ido perdiendo importancia en los últimos años, representa un 18,2% de la

producción total y abarca un amplio abanico de sectores: telecomunicaciones, electrónica y equipos informáticos, química, automóvil etc. El sector agrícola, aunque poco relevante en términos relativos, es altamente productivo. Cabe resaltar el alto porcentaje del PIB que corresponde al consumo privado, un 69,6% en 2019.

La economía americana se caracteriza por su flexibilidad. La participación del sector público en la actividad económica es bastante baja. El país realiza inversiones considerables en investigación y desarrollo, tiene un mercado laboral muy flexible y una gran disponibilidad de capitales, lo que le permite situarse en un nivel tecnológicamente muy elevado, sobre todo en sectores como la tecnología de la información, la medicina, la industria aeroespacial y la tecnología militar.

Estados Unidos es un país altamente industrializado con altos niveles de productividad y uso de tecnologías modernas. Los sectores clave incluyen la agricultura; manufactura de maquinaria, productos químicos, comida y automóviles y, mercado terciario en auge enfocado a las finanzas, seguros, bienes raíces, arriendos y arrendamientos. El sector Agrícola Americano es, sin duda, uno de los más grandes del mundo, y California por sí misma produce más de un tercio de los vegetales del país y dos tercios de sus frutas y frutos secos. Sin embargo, la agricultura solo representa 0,9% del PIB y da empleo a 1.4% de la fuerza laboral (en ligera baja con respecto a 2018, Banco Mundial). En 2019, al valor agregado del sector agrícola se redujo en 5,5%.

Incluyendo un amplio rango de actividades, el sector industrial aporta sobre 18,2% del PIB y emplea al 19,2% de la fuerza laboral. Además de las industrias mencionadas más arriba, el país también es líder mundial en las industrias aeroespacial y farmacéutica. Gracias a sus abundantes recursos naturales, Estados Unidos se ha convertido en un líder en la producción de una cantidad de minerales, y ha sido capaz de mantener una producción diversificada. El país es el mayor productor de gas líquido natural, aluminio, electricidad y energía nuclear. Es también el tercer productor a nivel mundial de petróleo y, por años, también ha estado desarrollando extracción de gas de lutita a gran escala. Además, la producción de petróleo de Estados Unidos ha alcanzado niveles record en los últimos años (Reuters). EL sector de manufacturas estuvo bajo presión durante la mayoría del segundo semestre de 2019, ya que los aranceles de Estados Unidos y China ralentizaron el comercio entre ambas economías y en el mundo en general. No obstante, el sector creció 1,8% en 2019.

La economía estadounidense se basa esencialmente en servicios. El sector terciario contribuye con más de tres cuartos del PIB (77%) y emplea a más de 79.40% de la fuerza laboral del país. Una gran parte del PIB se compone del sector de finanzas, seguros, bienes raíces, renta y arrendamiento (18.2%) y del sector de servicios educacionales, salud y asistencia social (8.2%). El sector gubernamental (a nivel federal, estatal y local) contribuye con alrededor de un 11% del PIB. El 5.7% restante de la fuerza laboral se clasifica como "independiente no-agrícola" (Oficina de Estadísticas Laborales de Estados Unidos).

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 tercer destino de las exportaciones argentinas, atrás de Brasil y China. 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 201 los US\$3.234,86 millones. ¹

En el 2019 el comercio de bienes y servicios entre Argentina y EEUU alcanzó los US\$ 23,4 mil millones de dólares en 2019.

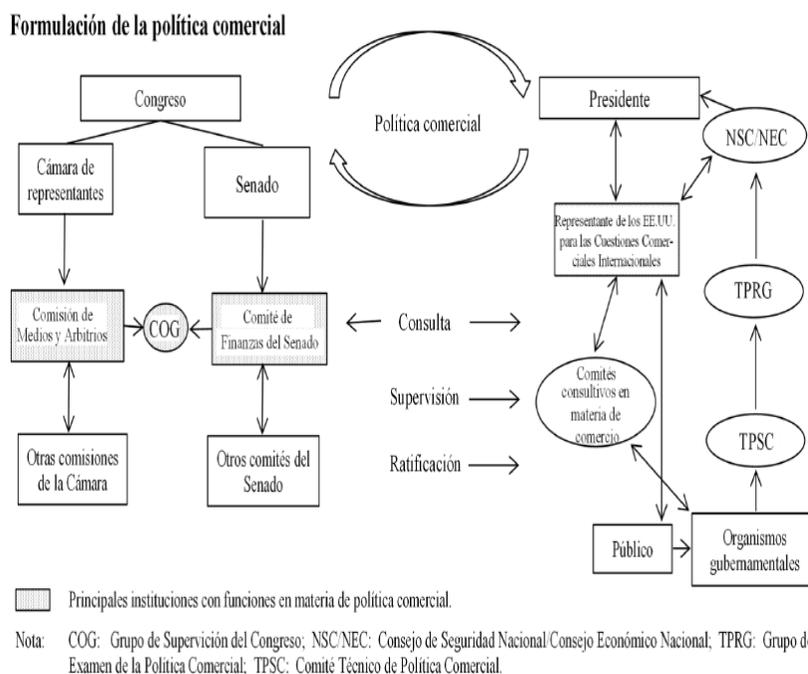
EEUU es el principal inversor extranjero con unos US\$10,7 mil millones de dólares en inversión extranjera directa en el 2019 según el Departamento de Comercio de EEUU.

b) Régimen de Política Comercial y de Inversiones. Principales agencias de gobierno.

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



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 TLAN (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).

En febrero de 2020 el USTR publicó la Agenda de Política Comercial de 2020 y el Informe Anual de 2019. La agenda comienza con un repaso de los hechos más importantes del último año de la administración Trump. Señala que el presidente se ha enfrentado a China y sus prácticas comerciales injustas aplicando tarifas a una gran cantidad de productos chinos, también se destaca el acuerdo comercial que se ha empezado a gestionar con dicho país, alcanzando la Fase I.

También se destaca la firma del nuevo acuerdo de libre comercio entre EEUU, México y Canadá (USMCA), el cual reemplaza al antiguo NAFTA. Como también destaca el acuerdo comercial alcanzado con Japón y celebra sus victorias en la guerra comercial que han tenido con la Unión Europea y Francia principalmente.

La elección en noviembre de 2020 de la fórmula demócrata Joe Biden-Kamala Harris tendrá seguramente consecuencias en el abordaje de la política comercial, que implicarán modificaciones tanto en el foco como en las herramientas utilizadas.

En su campaña, Biden se enfocó en la recuperación económica post-COVID con un plan de inversiones en infraestructura que privilegiará la generación de empleos, bajo el lema “Build Back Better”.

A diferencia de la Administración de Trump, el foco no estará puesto en las negociaciones comerciales de nuevos acuerdos. En este campo, es muy probable que la política se enfoque en la implementación de compromisos ambientales y en materia laboral en los acuerdos existentes.

Al mismo tiempo, es muy probable que la nueva Administración se apoye en las instituciones multilaterales para abordar las problemáticas globales, por lo que es muy probable que los Estados Unidos cambie de estrategia en espacios como la Organización Mundial del Comercio.

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:

Gabinete Presidencial: Presidente de los Estados Unidos y vicepresidente de los EE.UU. y presidente

del Senado, y quince secretarios responsables de sendos Departamentos.

Oficina Ejecutiva del Presidente (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) (www.irs.gov): 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

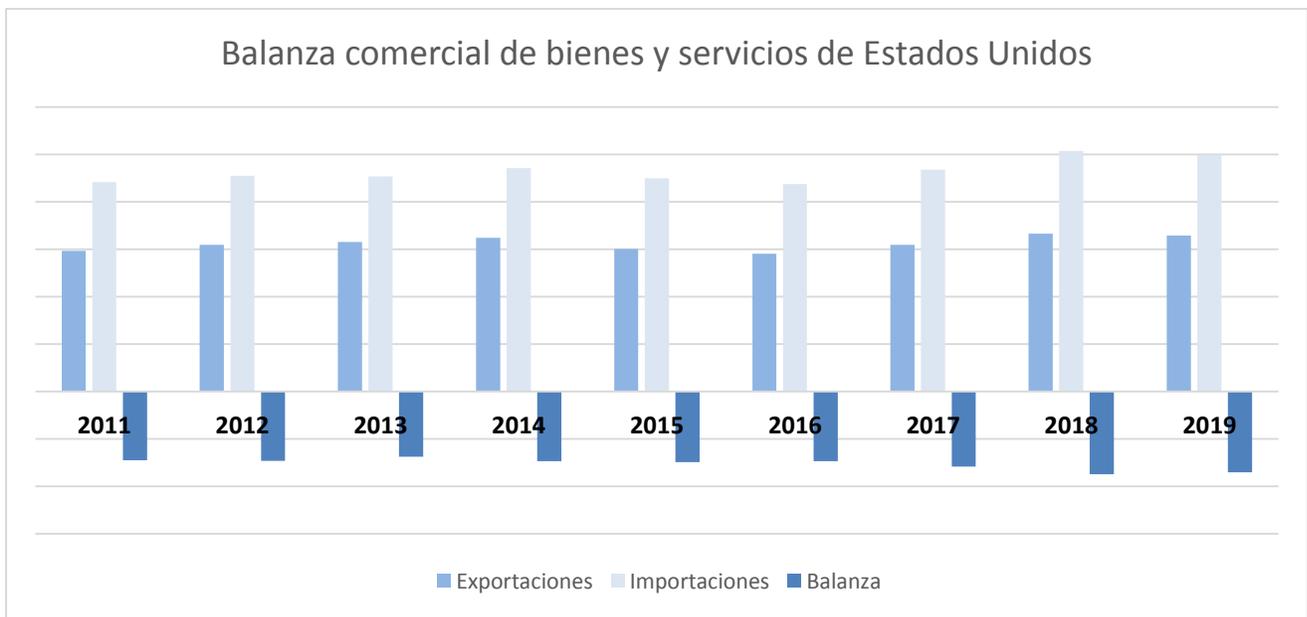
- ✓ **Reserva Federal** (<http://www.federalreserve.gov>): Es la entidad responsable de la política monetaria y supervisión bancaria.
- ✓ **Overseas Private Investment Corporation (OPIC)** (<http://www.opic.gov>): Facilita productos financieros, como préstamos, garantías, seguro contra el riesgo político 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)** (www.epa.gov): 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)** (www.sba.gov): 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.

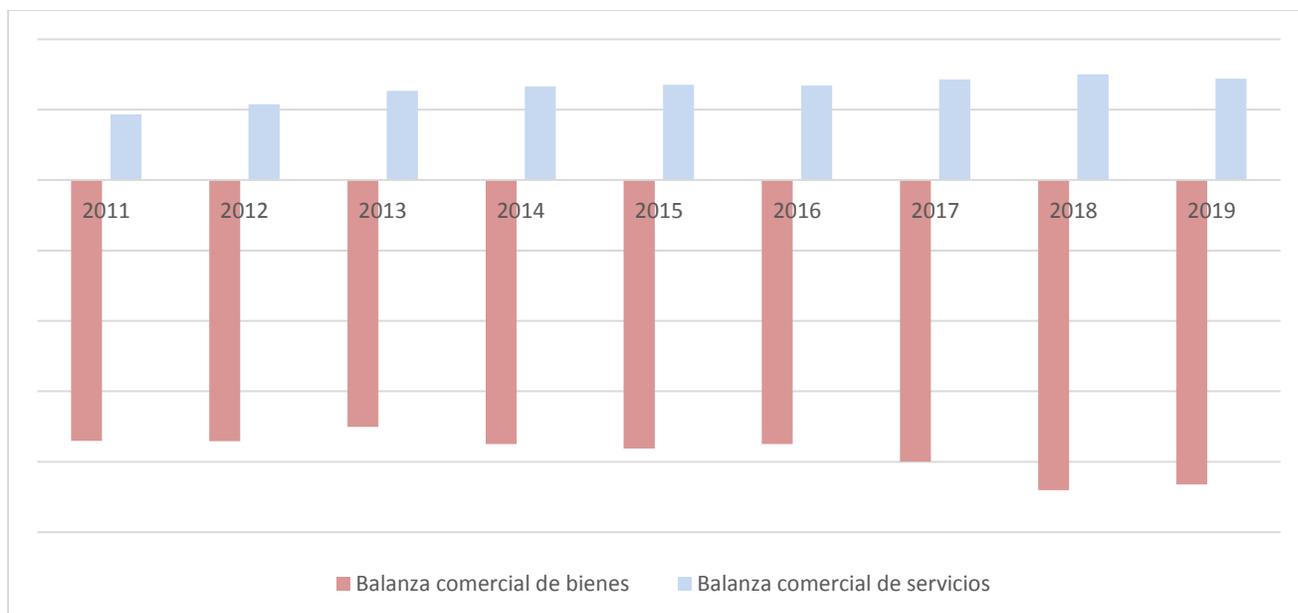
c) Comercio e inversiones de Estados Unidos con el mundo y con Argentina

En términos de balanza de pagos, el déficit comercial de bienes y servicios de los Estados Unidos pasó de -513.791 millones de dólares en 2017 a -576.865 millones de dólares en el año 2019, 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, alcanzando los 287.466 millones de dólares en el 2019, la balanza comercial de bienes es deficitaria y alcanzando los -864.331 millones en el año 2019.



Fuente: Bureau of Economic Analysis



Fuente: Bureau of Economic Analysis

Principales socios comerciales

Se detalla a continuación los datos referidos a los principales socios comerciales de los Estados Unidos en términos de comercio total a octubre del 2020 y en mil de millones de US\$:

Países	Exportaciones	Importaciones	Total de comercio	% de Comercio
Total, All Countries	1,172.0	1,908.3	3,080.3	100.0%
Subtotal- Top 15 Countries	827.5	1,501.4	2,328.9	75.6%
China	95.8	348.7	444.5	14.4%
México	173.7	265.9	439.7	14.3%
Canadá	210.0	221.6	431.6	14.0%
Japón	53.5	96.3	149.8	4.9%
Alemania	48.1	94.3	142.4	4.6%
Corea del Sur	42.5	61.8	104.3	3.4%
Reino Unido	49.0	40.9	89.9	2.9%
Suiza	14.0	65.1	79.2	2.6%
Taiwán	25.2	49.3	74.5	2.4%
Vietnam	8.2	64.8	73.1	2.4%
India	21.9	41.4	63.3	2.1%
Irlanda	7.9	54.0	61.9	2.0%
Países Bajos	37.5	22.5	59.9	1.9%
Francia	23.2	35.3	58.5	1.9%
Italia	16.9	39.5	56.4	1.8%

Fuente: U.S. Census Bureau

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

Países	2016	2017	2018	2019	Ene-Sep 2019	Ene-Sep 2020
Países Bajos	18,649	17,672	18,211	15,170	11,078	8,092
Australia	10,118	11,909	12,809	12,480	8,235	4,170
EAU	15,757	12,592	11,288	12,330	8,986	6,196
Hong Kong	14,938	16,807	14,953	11,806	9,184	2,621
Bélgica	9,108	9,734	8,429	9,153	7,038	2,782
Brasil	-251	2,738	2,916	6,559	3,983	4,630
Panamá	4,899	5,063	5,633	6,291	4,564	3,219
Chile	2,749	1,575	2,030	3,537	1,999	789
Rep. Dominicana	2,479	2,559	3,040	3,110	2,377	1,315
Perú	656	418	836	2,529	2,072	889
Guatemala	1,481	2,314	1,997	2,405	1,592	1,015
Jamaica	1,210	1,634	2,087	1,931	1,522	872
Argentina	2,464	3,087	3,597	1,881	1,721	264
Marruecos	872	929	1,396	1,860	1,550	773

Fuente: Comisión de Comercio Internacional de los Estados Unidos

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

Países	2016	2017	2018	2019	Ene-Sep 2019	Ene-Sep 2020
China	-354,369	-383,542	-434,317	-361,252	-274,523	-232,605
México	-115,447	-124,351	-140,397	-162,018	-122,198	-117,652
Canadá	-56,562	-63,915	-71,056	-77,629	-54,513	-43,484
Japón	-74,346	-74,269	-74,898	-76,934	-59,545	-42,298
Alemania	-69,456	-69,940	-77,073	-75,829	-57,352	-46,728
Vietnam	-33,943	-39,053	-42,535	-55,411	-40,365	-48,718
Irlanda	-35,454	-40,110	-47,032	-51,984	-37,776	-39,199
Italia	-29,918	-33,596	-34,114	-34,937	-25,961	-21,719
Suiza	-18,369	-19,214	-25,123	-32,883	-23,979	-52,005
India	-30,358	-28,563	-27,992	-30,127	-22,936	-20,467

Fuente: Comisión de Comercio Internacional de los Estados Unidos

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

Países	2016	2017	2018	2019	2019 Ene-Sep	2020 Ene-Sep
Canadá	221,015	234,223	247,701	241,723	183,631	153,678
México	176,692	187,237	204,475	195,713	147,950	115,239
China	106,975	120,109	109,721	94,100	69,633	71,402
Japón	57,149	61,331	68,633	67,828	50,546	43,719
Reino Unido	47,423	47,797	57,418	60,569	44,737	38,407
Corea del Sur	39,901	45,217	53,273	53,418	39,462	36,311
Alemania	42,548	46,029	49,439	51,570	38,736	36,747
Países Bajos	34,489	35,265	42,039	44,297	32,576	27,924
Brasil	25,541	31,843	34,011	36,917	27,057	21,787
Francia	26,199	28,667	31,009	31,695	23,392	17,626

Fuente: Comisión de Comercio Internacional de los Estados Unidos

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

Producto	2016	2017	2018	2019	2019 Ene-Sep	2020 Ene-Sep
Equipos y partes de aviación civil	109,650	107,365	116,674	108,837	80,418	46,165
Aceites de petróleo y aceites de minerales bituminosos, 70% del peso en aceite	61,363	76,942	94,810	86,784	64,008	45,687
Aceites de petróleo	9,443	22,460	47,663	64,135	45,900	38,214
Motores de vehículos para transporte de pasajeros	51,266	51,033	49,186	54,171	39,712	30,509
Partes y accesorios para transporte público de pasajeros	38,100	39,886	40,129	37,639	28,912	20,543
Gases de petróleo	13,259	22,575	28,338	30,678	21,904	22,397
Sangre humana y animal	18,585	19,736	22,044	22,935	17,313	17,087
Circuitos electrónicos integrados	22,997	21,981	21,580	22,178	16,514	17,348
Instrumental médico	19,801	19,593	21,080	21,600	16,062	14,863
Medicamentos	18,625	16,720	17,320	19,952	15,083	14,600
Porotos de soja	22,883	21,523	17,156	18,727	12,076	11,418

Fuente: Comisión de Comercio Internacional de los Estados Unidos

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

País	2016	2017	2018	2019	2019 Ene-Sep	2020 Ene-Sep
China	461,343	503,652	544,038	455,352	344,156	304,008
México	292,139	311,587	344,872	357,730	270,148	232,891
Canadá	277,577	298,138	318,757	319,352	238,144	197,163
Japón	131,495	135,600	143,531	144,762	110,091	86,017
Alemania	112,004	115,968	126,512	127,399	96,088	83,476
Corea del Sur	71,584	70,781	74,702	75,865	56,727	53,625
Vietnam	42,376	46,025	51,095	64,826	47,386	55,081
Reino Unido	53,843	52,984	60,501	63,248	46,714	36,817
Irlanda	43,992	49,790	56,698	60,077	43,777	45,597
Francia	46,156	48,453	53,099	58,660	43,981	32,496

Fuente: Comisión de Comercio Internacional de los Estados Unidos

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

Descripción	2016	2017	2018	2019	2019 Ene-Sep	2020 Ene-Sep
Motores para vehículos diseñados para transportar pasajeros	178,203	183,771	180,909	183,133	136,566	98,984
Aceites de petróleo y minerales	75,005	104,016	127,450	110,064	84,600	52,236

bituminosos						
Aparatos eléctricos para líneas telefónicas	104,354	111,737	114,808	102,281	72,251	63,036
Máquinas automáticas procesadoras de data	77,297	83,906	94,311	91,455	66,568	73,655
Medicamentos	71,871	68,351	75,826	83,742	62,071	67,120
Partes y accesorios de tractores, transporte público, automóviles	60,694	60,465	66,196	63,968	49,047	38,348
Aceites de petróleo y aceites de minerales bituminosos, 70% del peso en aceite	43,492	51,566	66,234	63,355	47,626	27,462
Sangre humana y animal	20,142	26,326	36,624	41,945	31,551	37,824
Motores para vehículos para transporte de bienes	24,982	26,367	28,658	32,877	24,616	17,910
Turboreactores, turbohélices y otras turbinas	21,438	23,056	27,284	32,408	24,747	16,957
Circuitos electrónicos integrados	30,630	33,357	34,783	32,352	23,593	22,261
Instrumental médico	21,804	22,615	24,990	27,631	20,554	19,629
Equipos para recepción de televisión, monitores y proyectores.	23,104	24,167	24,032	23,620	17,609	15,433

Fuente: Comisión de Comercio Internacional de los Estados Unidos

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\$ 3.692 millones. En el año 2019 las ventas se mantuvieron constantes, pero disminuyeron las compras a los Estados Unidos, resultando en un déficit comercial 48% inferior al año anterior (US\$ 3.617 millones en 2018 vs US\$ 1.807 millones en 2019)

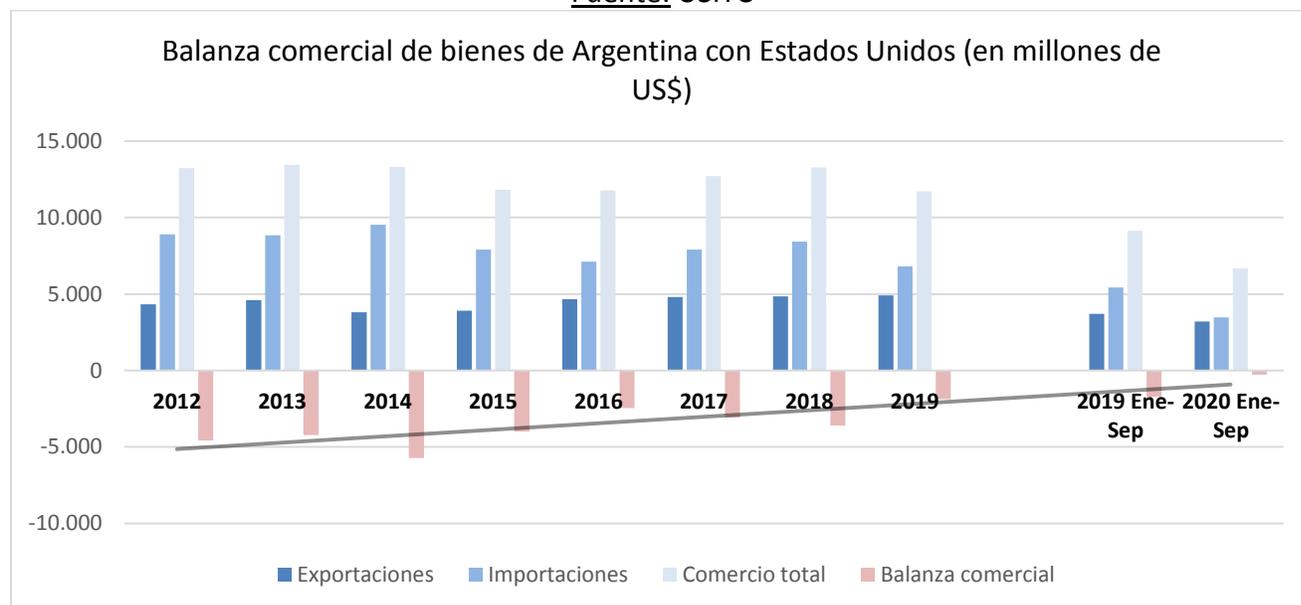
En el año 2019 la corriente de comercio bilateral se contrajo, principalmente desde el lado de las importaciones, las cuales cayeron un 21%, y durante 2020 se profundizó dicha contracción como consecuencia de la pandemia.

Según datos hasta octubre de 2020, el comercio total se contrajo un 26,3%, con una mayor caída de las importaciones argentinas de productos estadounidenses (-36%), que las exportaciones argentinas (-16%). Como resultado de la contracción de la corriente comercial, el déficit comercial también se redujo de manera significativa, pasando de los US \$1,636 millones en enero-septiembre 2019 a los US \$ 335 millones en mismo periodo del 2020.

Balanza	2015	2016	2017	2018	2019	Ene-Oct 2019	Ene-Oct 2020
Exportaciones Argentinas	3,910	4,650	4,813	4,835	4,917	4,277	3,585
Importaciones	7,898	7,115	7,899	8,452	6,724	5,913	3,920

Argentinas							
Saldo	-3,988	-2,465	-3,086	-3,617	-1,807	-1,636	-335
Comercio total	11,808	11,765	12,712	13,287	11,641	10,190	7,505

Fuente: USITC

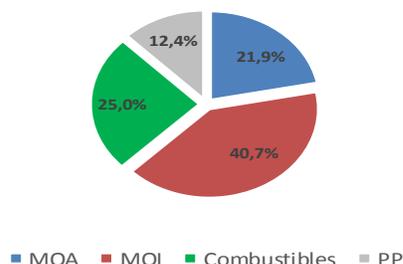


Fuente: USITC

Comercio bilateral: productos

En cuanto al comercio bilateral, Argentina es el sexto destino de las exportaciones estadounidenses y apenas el octavo origen de sus importaciones en la región. La oferta exportable de nuestro país al mercado estadounidense es relativamente diversificada en términos de grandes rubros, siendo el principal rubro las manufacturas de origen industrial, seguido por los combustibles y derivados y las manufacturas de origen agropecuarios. 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 22 productos argentinos exportados representan el 77% sobre el total exportado al mercado estadounidense, en el caso de las compras a Estados Unidos, los principales 22 productos representan un 53% sobre el total importado.

Grandes Rubros
Exportaciones argentinas a Estados Unidos
Año 2019



En lo que respecta a los productos industrializados, desde comienzos de 2018, Estados Unidos aplica derechos antidumping y compensatorios que, sumados, alcanzan un 130% de arancel de importación al producto argentino. Estas medidas de defensa comercial, han dejado fuera del mercado a los exportadores argentinos de biodiesel, cuyas exportaciones llegaron a alcanzar valores cercanos a los US\$ 1.200 millones. En el año 2019, este impacto fue compensado en el 2019 por las exportaciones argentinas 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 2019. 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 (colocación de cupos de exportación por parte de Estados Unidos), 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 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 oliva, entre otros. En lo que va del año 2020, la venta de productos industrializados de Argentina se ha visto afectada por la pandemia, siendo los productos agropecuarios y agroindustriales los que tuvieron mayor dinamismo debido a una creciente demanda de parte del mercado estadounidense.

La Argentina tiene una participación del 0,9% de las importaciones de productos agroindustriales de Estados Unidos, por lo que hay un gran espacio para crecer. La Argentina se ubica por detrás de otros países de la región, como Chile, Brasil o Colombia. Esto indica que es un mercado donde hay mucha competencia, lo que hace necesario redoblar los esfuerzos entre todos para mejorar nuestro posicionamiento.

Tenemos una participación reducida en las importaciones de alimentos en general, no obstante, más allá de ello, Estados Unidos es importante como destino de nuestras exportaciones donde podemos destacar los siguientes:

- **1 destino de exportaciones** de té negro, jugo de uva, golosinas, maíz para siembra, vinos, jugo de manzana, azúcar, cangrejos congelados, jugo de limón, aceites esenciales de limón, miel natural, arándanos.
- **2 destino de exportaciones** para ajo fresco, aceite de maní, semillas de soja, frutillas congeladas, vietas procesadas.
- **3 destino de las exportaciones** de peras frescas, productos de panadería, aceite de oliva virgen, manzanas, filetes de pescados.

En lo que va del 2020, nuestras exportaciones en este sector han crecido 13%, impulsadas por las exportaciones de carne fresca bovina y congelada, los productos de la pesca, entre otros.

Se detallan a continuación los principales productos exportados por Argentina:

Principales productos argentinos Miles de US\$	2015	2016	2017	2018	2019	Ene - Oct 2019	Ene - Oct 2020	Cambio porcentual 2019/2020	% Part. Pauta exportadora
Aceites de petróleo y sustancias bituminosas	375.145	152.426	271.505	1.178.458	1.213.375	1.154.366	607.729	-47%	25%
Aluminio	186.944	318.224	514.194	422.854	392.868	360.769	260.204	-28%	8%
Oro y plata	136.565	177.400	158.149	301.466	292.366	242.302	402.539	66%	6%
Vino de uvas	340.599	324.100	304.169	281.626	267.065	224.965	215.217	-4%	5%
Hormonas polipeptídicas	16.198	39.709	149.961	119.635	239.689	239.685	233.177	-3%	5%
Productos de acero	174.160	58.455	223.624	212.070	235.837	194.128	19.411	-90%	5%
Pescados y mariscos	146.557	160.464	212.212	209.110	236.058	194.365	216.688	11%	5%
Jugos de frutas	165.729	145.649	112.578	153.847	156.355	133.143	123.165	-7%	3%
Carne vacuna fresca y congelada	0	0	0	3	10.861	6.313	104.727	1559%	0%
Aceites esenciales	116.779	117.176	113.419	130.396	97.970	75.380	23.742	-69%	2%
Miel	101.151	71.977	86.432	86.142	79.819	65.690	79.258	21%	2%
Manzana, peras y membrillos	78.903	62.497	62.703	68.325	68.156	68.156	54.392	-20%	1%
Maíz	50.975	53.530	69.308	65.248	66.187	55.483	78.018	41%	1%
Poroto de soja	29.453	40.065	59.433	34.552	65.037	48.535	41.287	-15%	1%
Te	81.860	73.713	73.985	66.823	58.359	49.124	41.329	-16%	1%
Azúcar de caña	30.488	43.902	36.787	37.921	49.081	34.028	67.733	99%	1%
Neumáticos	9.930	16.447	28.317	34.464	47.161	38.705	22.228	-43%	1%
Carbonatos	34.219	54.480	47.603	51.621	45.526	36.103	36.340	1%	1%
Productos de madera	22.232	19.120	23.955	24.051	32.326	27.448	30.289	10%	1%
Cítricos	0	0	0	10.801	27.676	27.670	40.976	48%	1%
Bombas para líquidos	27.696	32.723	11.665	21.314	26.403	22.104	22.450	2%	1%
Fruta fresca	94.268	106.776	99.291	91.444	71.987	44.415	28.249	-36%	1%
Los demás	1.690.466	2.582.159	2.154.570	1.234.479	1.135.851	933.939	836.196	-10%	23%
Total	3.910.316	4.650.992	4.813.860	4.836.647	4.916.015	4.276.817	3.585.344	-16%	100%

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 2019, la administración actual colocó aranceles del 25% a las importaciones de referido producto originario de la UE. Esto ha tenido un gran impacto en las ventas durante el 2020, generando un

crecimiento en las ventas argentinas. Los vinos argentinos se han visto beneficiados por este tipo de tarifas a sus competidores directos, además el vino argentino cuenta con un precio altamente competitivo y una calidad valorada a nivel global.

Con respecto 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 2019 la utilización del sistema ha sido de un 60%. 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. Se ha observado una mejora en la utilización del SGP comparando el período de enero-julio 2019 con respecto al mismo período durante el 2020 en el cual se observa una utilización del SGP del 69% comparada al 61% que se observa en dicho período en 2019.

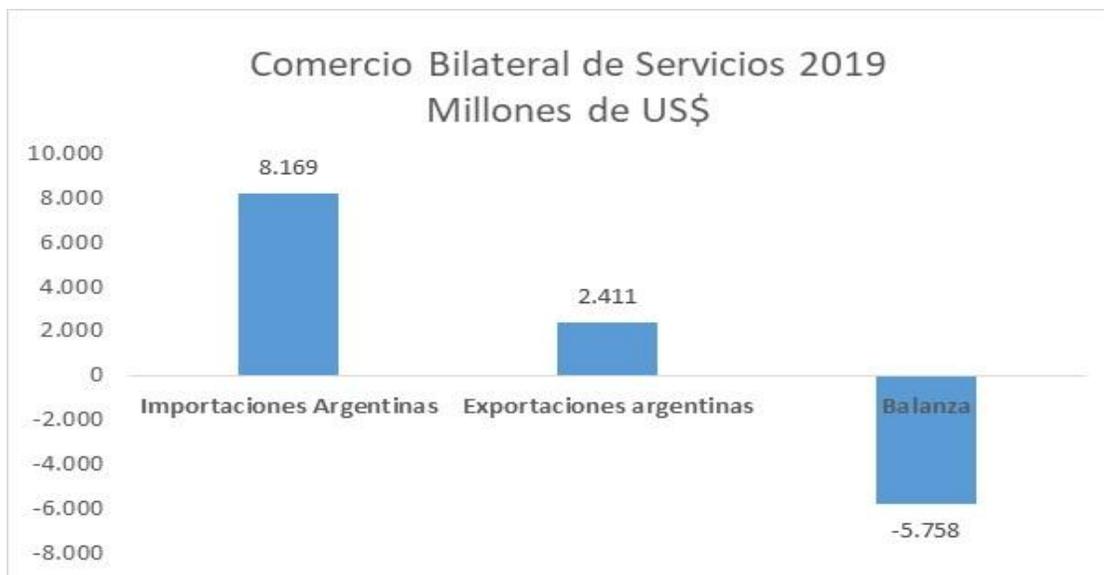
Se detallan a continuación los principales productos importados desde Estados Unidos por Argentina:

Principales productos estadounidenses Miles de US\$	2015	2016	2017	2018	2019	Ene - Oct 2019	Ene - Oct 2020	Cambio porcentual 2019/2020	% Part. Pauta exportadora
Aceites de petróleo y sust. bituminosas	1.732.424	1.330.453	1.466.322	1.595.958	1.358.404	1.230.876	538.425	-56%	20%
Motores y aeronaves civiles	445.062	570.530	632.171	489.284	222.973	177.474	119.811	-32%	3%
Medicamentos	248.170	220.457	252.452	249.287	220.153	196.102	130.526	-33%	3%
Gases de petróleo	275	49.746	75.384	190.092	204.352	204.323	49.729	-76%	3%
Polímeros de etileno en formas primarias	147.717	131.217	149.266	166.043	169.353	144.283	157.345	9%	2%
Compuestos orgánicos e inorgánicos	217.336	144.676	162.552	149.053	152.311	130.500	160.256	23%	2%
Sangre humana y animal	166.054	164.302	92.627	142.193	151.666	101.630	99.915	-2%	2%
Fertilizantes químicos	62.545	65.305	49.836	64.697	134.312	133.175	114.858	-14%	2%
Insecticidas y fertilizantes	144.335	143.885	140.912	146.374	130.595	120.680	107.670	-11%	2%
Partes de máquinas	109.645	49.307	51.523	102.986	125.415	115.971	44.376	-62%	2%
Turbojets y turbopropulsores	114.033	103.859	174.569	90.518	107.489	97.619	49.582	-49%	2%
Prótesis ortopédicas	62.292	51.228	56.324	47.656	105.400	91.258	16.418	-82%	2%
Partes y accesorios de tractores	69.178	134.307	156.768	119.412	92.510	78.305	57.742	-26%	1%
Aparatos eléctricos	101.032	113.068	100.022	81.450	84.958	61.000	42.853	-30%	1%
Bombas para líquidos	102.935	100.001	70.421	131.797	84.347	75.108	41.428	-45%	1%
Máquinas procesadoras de datos automáticas	71.108	85.080	91.719	69.487	62.998	53.205	45.454	-15%	1%
Preparaciones para limpieza de superficies	52.775	37.202	47.142	53.646	52.140	42.883	44.226	3%	1%
Aglutinantes para moldes o núcleos de fundición	68.968	40.458	52.121	65.965	54.373	48.091	43.117	-10%	1%
Compuestos heterocíclicos con nitrógeno	29.263	26.138	24.457	21.671	28.472	24.365	41.463	70%	0%
Válvulas para tuberías	78.925	56.560	66.837	83.796	83.337	74.094	45.807	-38%	1%
Instrumentos médicos	94.449	80.602	107.001	81.624	73.709	59.935	48.389	-19%	1%
Porotos de soja	253	372	381	702.598	71.818	71.626	939	-99%	1%
El resto	4.001.783	3.605.218	4.095.113	3.798.426	3.223.936	2.480.653	1.825.919	-26%	47%
Total	7.898.441	7.115.094	7.900.481	8.433.245	6.797.038	5.913.225	3.920.144	-34%	100%

En cuanto a los principales productos importados desde los Estados Unidos, como resultado de la contracción económica derivada de la pandemia de COVID-19, la compra de productos se redujo un 34% en el período enero-octubre del 2020 respecto al mismo período del año anterior. La pauta de importación está marcada por los productos industriales, lo cual indica ciertos espacios de complementación, especialmente en el área de minerales y combustibles, aluminio y aceros, productos de las industrias químicas. El comercio en esta área tiene una impronta de carácter intra-industrial que es una consecuencia de la fuerte e histórica presencia de empresas estadounidenses en la Argentina.

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 2019, Estados Unidos era el tercer exportador (después de Irlanda y Países Bajos) y primer importador mundial de CUPI. Sus exportaciones de CUPI alcanzaron en el 2019 un valor de US\$ 42.732 millones, mientras sus importaciones de servicios fueron por un valor de US\$ 588.363 millones.

En el caso de servicios de informática, computación y telecomunicaciones, las ventas argentinas alcanzaron en el 2019 aproximadamente los 1,000 millones, representando más del 50% de las ventas del sector al mundo.

Inversiones Extranjeras Directas

Con respecto a inversiones, Estados Unidos es históricamente el país que más invierte en Argentina; y generan empleo para 136.000 personas en nuestro país a través de dichas inversiones, según estimaciones del BEA. En 2019 las inversiones de Estados Unidos en nuestro país totalizaron US\$10.968 millones, un incremento de 12,35% con respecto a los US\$9.522 millones del 2018. Por su parte, las inversiones de empresas argentinas en los Estados Unidos fueron de US\$ 561 millones en el 2019, esto representa una caída del 31,75% con respecto a los US\$ 822 millones del 2018, según datos del BEA.

Según el reporte de la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD) llamado [World Investment Report 2020](#), los flujos de IED en el 2019 aumentaron a US\$ 246 mil millones, una reducción de los US\$ 254 mil millones del 2018 (-2,9%) a nivel mundial. Los stocks de IED de EEUU alcanzaron los US\$ 9.465 miles de millones. Durante el 2019 Estados Unidos continuó como el principal destino de las IED en el mundo, principalmente debido a la amplia base de consumidores, un sistema de justicia transparente y predecible, fuerza laboral productiva, infraestructura altamente desarrollada y un entorno empresarial que fomenta la innovación. En el 2019 EEUU fue el segundo mayor inversor del mundo, después de Japón, con un volumen de IED saliente de US\$ 125 mil millones. El flujo de IED en EEUU pasó de US\$ 253 miles de millones en el 2018 a unos US\$ 246 miles de millones en el 2019.

Según el reporte del Banco Mundial [Doing Business 2020](#), EEUU se sitúa como el 6to mejor país dentro de 190 analizados por la calidad de su clima empresarial. EEUU continúa siendo el poder económico líder del mundo, el centro financiero más grande y el tercer país más poblado. Cuenta con uno de los mejores desempeños regulatorios en el pago de impuestos. En este sentido, se han reducido el costo de los impuestos en grandes ciudades como Nueva York y Los Angeles.

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\$ 21,43 billones 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 exija 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 Protocolo 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 raíces; propiedad de acciones en la Communication 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)**

Rank	Market	2019 Position In USD millions	Share of total
1	Japan	\$644,727	14.5%
2	Canada	\$580,752	13.0%
3	Germany	\$521,979	11.7%
4	United Kingdom	\$446,179	10.0%
5	Ireland	\$343,538	7.7%
6	France	\$310,743	7.0%
7	Netherlands	\$290,429	6.5%
8	Switzerland	\$224,368	5.0%
9	Australia	\$86,537	1.9%
10	Spain	\$84,338	1.9%
11	Bermuda	\$77,140	1.7%
12	Belgium	\$70,073	1.6%
13	Sweden	\$61,316	1.4%
14	South Korea	\$61,135	1.4%
15	Singapore	\$60,138	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)**

Rank	Market	2019 Position In USD millions	CAGR 2014-2019
1	Kuwait	\$1,820	41.8%
2	Thailand	\$1,684	26.7%
3	Chile	\$3,431	21.7%
4	Ireland	\$343,538	20.3%
5	Brazil	\$45,273	19.6%
6	Bermuda	\$77,140	19.1%
7	Netherlands	\$290,429	17.1%
8	New Zealand	\$2,619	16.7%
9	Turkey	\$2,346	16.6%
10	Austria	\$6,250	15.3%
11	China	\$59,043	15.2%
12	Colombia	\$4,080	13.9%
13	Luxembourg	\$22,760	13.5%
14	Singapore	\$60,138	12.3%
15	Denmark	\$23,541	12.3%

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

[SelectUSA](#) 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 “[Servicios para las Empresas](#)” que trabajan en forma directa e individual con los inversores empresariales extranjeros, [suministra datos](#) y otro tipo de información

También han elaborado un [mapa](#) 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 [cumbre](#) 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 [Directorio de las agencias de desarrollo económico estatales](#) así como de las ayudas y programas que gestionan dichas agencias (<http://www.eda.gov/resources/>).

3. ¿Cómo exportar a los Estados Unidos?

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

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 ([Harmonized Tariff Schedule](#) 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.

Para ver las condiciones por las cuales se puede acceder al sistema se sugiere consultar el siguiente sitio web del gobierno:

<https://www.argentina.gob.ar/acceder-al-sistema-generalizado-de-preferencias-sgp>

Asimismo, el listado completo de productos se encuentra en:

https://www.produccion.gob.ar/wp-content/uploads/2018/05/SGP_Listado-de-Productos.pdf

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.

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

TIPO DE QUESO	CUOTA (tons)	Posiciones Arancearias	Arancel Intra-Cuota Extra Cuota
Edam y 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% 2,269/kg
Tipo Italiano	6,383	0406.10.54, 0406.20.51, 0406.20.77, 0406.30.77, 0406.90.31, 0406.90.36, 0406.9041, 0406.90.65	10% US\$ 2,146/kg
Suizo o Emmenthal	80	0406.90.46	6,0% US\$ 1,877/kg
Sustitutos	100	0406.10.04, 0406.10.84, 0406.2089, 0406.30.89, 0406.90.95	10% US\$ 1,509/kg
Total	6,800		

- ✓ 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) Regímenes 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 transformación 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 requerimientos establecidos por el Food & Drug Administration (FDA) respecto a la protección de la salud humana y requisitos para alimentos, productos veterinarios, medicamentos, domosanitarios, 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 instituciones 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. **Distribuidor Master:** 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.

2. Distribuidor Industrial: Enfocado específicamente en bienes industriales y servicio de post-venta para fabricantes. Aquí puede verse el ranking de los principales: <https://www.mdm.com/2018-top-industrial-distributors>
3. Piggy-backing: Acuerdos para la utilización de la red de comercialización de otra empresa ya establecida.
4. Marca Blanca: 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. Apertura filial: 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. Establecimiento de una fábrica: 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. Alianza o Joint Venture: 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. Plataformas y Trading Companies: 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 minoristas y aquellos supermercados que tienen ventas superiores a las mencionadas.

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.

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.

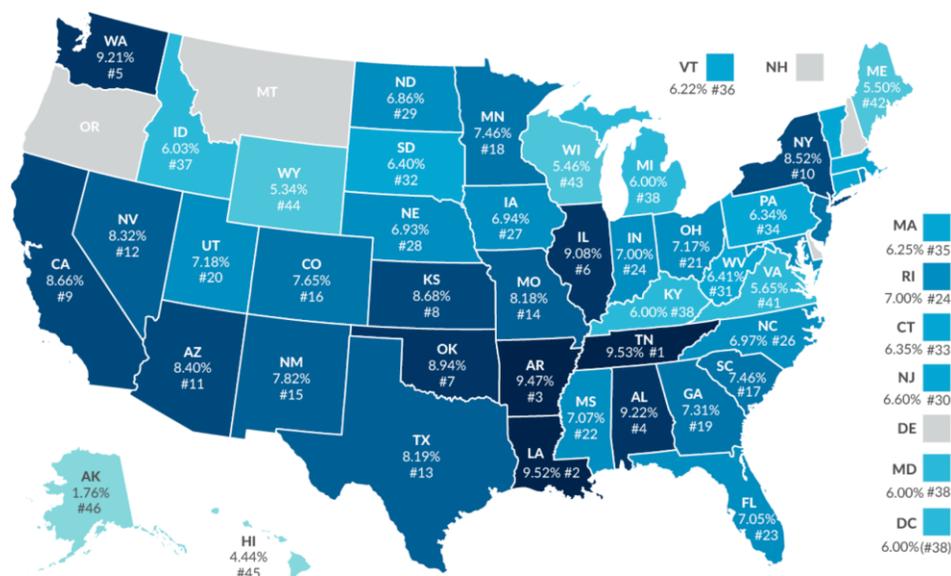
Con relación a los Convenios de Doble Imposición, es importante destacar a las empresas que quieran hacer negocios con los Estados Unidos, que no existe en vigor un Convenio Bilateral para Evitar la Doble Imposición.

- 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 Tennessee (9,53%), Louisiana (9,52%), Arkansas (9,47%), Washington (9,21%) y Alabama (9,22%).

Ver en el siguiente recuadro los valores por Estado de acuerdo a publicación de [Tax Foundation](#).

How High are Sales Taxes in Your State?

Combined State & Average Local Sales Tax Rates, January 1 2020



City, county and municipal rates vary. These rates are weighted by population to compute an average local tax rate. The sales taxes in Hawaii, New Mexico, North Dakota, and South Dakota have broad bases that include many business-to-business services. D.C.'s rank does not affect states' ranks, but the figure in parentheses indicates where it would rank if included.

Sources: Sales Tax Clearinghouse; Tax Foundation calculations; State Revenue Department websites

Combined State & Average Local Sales Tax Rates

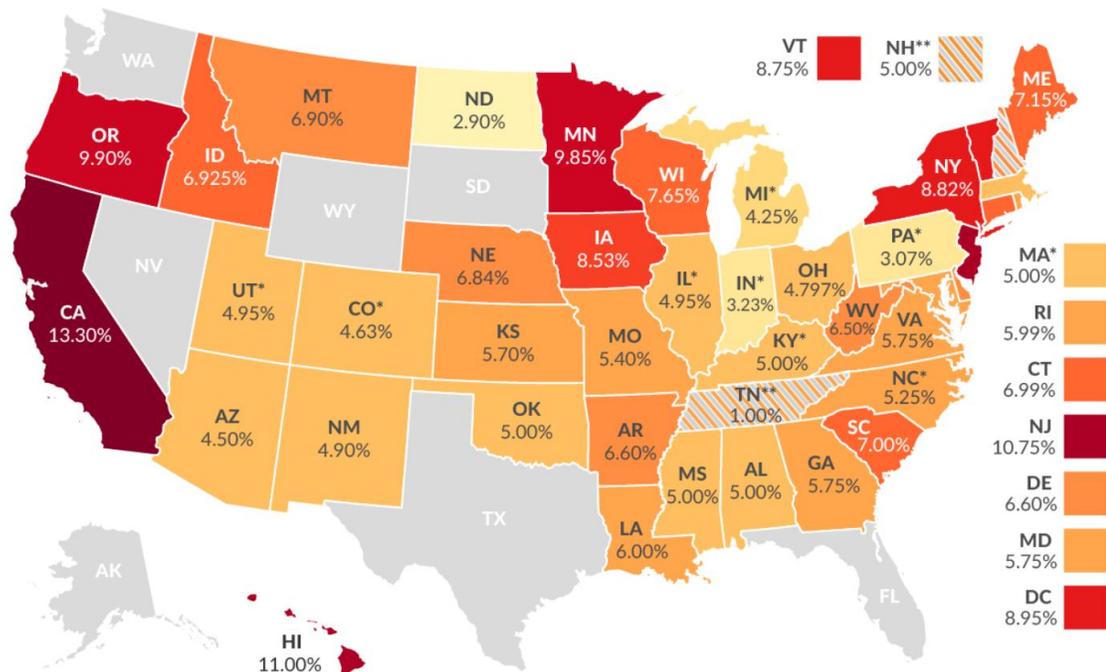


- Imposición sobre la renta de las personas físicas:** Existe un impuesto sobre la renta federal y la renta estatal y el impuesto se define por obligación personal y por obligación real. La obligación personal sujeta a los ciudadanos americanos o residentes civiles (Green card) y

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 Individual Income Tax Rates in Your State?

Top State Marginal Individual Income Tax Rates, 2020



Note: Map shows top marginal rates: the maximum statutory rate in each state. This map does not show effective marginal tax rates, which would include the effects of phase-outs of various tax preferences. Local income taxes are not included.

(*) State has a flat income tax.

(**) State only taxes interest and dividends income.

Sources: Tax Foundation; state tax statutes, forms, and instructions; Bloomberg BNA.

Top State Marginal Individual Income Tax Rates



TAX FOUNDATION

@TaxFoundation

- **Otros impuestos:** Debe considerarse también que existe otros impuestos como el impuesto sobre la propiedad (Property 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/>

i) Preguntas fundamentales al momento de exportar

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?

4. Sectores con potencial para productos y servicios argentinos

Estados Unidos no debe considerarse como un solo mercado al momento de pensar en su acceso, sino que se trata de un país que es casi un continente. A la hora de elaborar una estrategia de acceso al mercado, dependiendo del producto y del volumen disponible para exportar, se debe mirar al país por los estados y las sub regiones que lo componen. En el caso de los alimentos, los hábitos de consumo pueden variar de una región a la otra e indicar una mayor potencialidad en alguna de ellas para un producto determinado. Del mismo modo, hay importadores y distribuidores que tienen sus canales de comercialización concentrados en una determinada región, por lo que es importante tener en cuenta estos datos a la hora de elaborar una estrategia exitosa de exportación a Estados Unidos.

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.

El 80% de la demanda de importación de Estados Unidos son bienes, y el resto servicios. Dentro de la demanda de bienes se destaca la demanda de bienes de capital, bienes de consumo, maquinaria y equipos, vehículos y productos de la industria automotriz. A pesar de que Estados Unidos es un gran productor de alimentos, también es un gran importador, con cifras que alcanzan los US\$ 138.000 millones por año.

Según el USDA se espera un crecimiento en las importaciones de alimentos en los próximos 10 años y durante el presente año, en una coyuntura de pandemia, pudo verificarse que la demanda de este grupo de productos creció.

Existen diversos sectores con potencial para productos y servicios argentinos. En el caso de productos, se han identificado oportunidades comerciales en base a la demanda del mercado estadounidense por un lado y la oferta exportable argentina. La demanda estadounidense es grande en muchos sectores, destacándose el país como importador mundial de productos agropecuarios, de productos orgánicos y de productos derivados del petróleo y destilados.

Asimismo, en el actual contexto de aranceles a la importación de productos agrícolas provenientes de Europa, la Argentina posee una oportunidad comercial adicional.

Se destacan los productos con mayor potencial:

- Vinos de uva.
- Productos de la pesca.
- Frutos secos.
- Aceite de oliva.
- Miel.
- Cereales.
- Hortalizas frescas.
- Alimentos para mascotas.
- Carnes bovinas frescas.
- Alimentos envasados (vegetales envasados, purés para bebés, jugos no cítricos).
- Bebidas alcohólicas como por ejemplo el vermouth.
- Destilados y derivados del petróleo.
- Neumáticos.
- Bombas centrífugas.
- Carbonato de litio.
- Equipos médicos y hospitalarios (indicadores químicos, aparatos médicos, equipos hospitalarios, equipos de diagnóstico y cirugía, entre otros).
- Paneles solares.

Para el aprovechamiento de las oportunidades comerciales en cada uno de los productos mencionados es importante que el exportador consulte en [Argentina Trade Net](#) el calendario de misiones y ferias previstas para el año en curso, los informes de mercado confeccionados por las distintas Sedes y los listados de importadores o potenciales compradores.

Respecto al área de servicios, existen oportunidades comerciales para prestadores de servicios de IT y de software. En particular, el mercado de tecnología de Estados Unidos tiene una proyección de ingresos para el año 2020 de US\$ 1.7 trillones, de acuerdo a datos de la Asociación CompTIA. Esto representa un crecimiento del 5,4% respecto al año anterior.

Dicho crecimiento no va acompañado de los recursos humanos necesarios por dos aspectos:

- 1) **Aspectos cuantitativos:** Según datos compilados por CompTIA en base a U.S. Census Bureau, en el tercer trimestre del año 2019, se registraron 918.000 empleos no cubiertos en el sector de tecnología. Esto indica que existe una mayor demanda en el mercado.

- 2) **Aspectos cualitativos:** Según publicación de Coursera, “Coursera Global Index 2019”, mientras que la Argentina ocupa el primer puesto en capacidades tecnológicas, Estados Unidos se ubica en el puesto número 23 a nivel mundial.

Atento los aspectos mencionados, sumado a la proximidad cultural y el mismo huso horario, la oferta argentina para prestación de servicios de informática y software tiene gran potencial en el mercado estadounidense.

Asimismo, para ver específicamente los detalles de la demanda estadounidense, se sugiere ver la presentación realizada por COMPTIA en octubre del 2020, la cual puede verse en el siguiente enlace: <https://tinyurl.com/yc4r2hag>

La captación de clientes sigue diversos canales que van desde el boca a boca y la capacidad de “networking” dentro del sector hasta el uso de plataformas comerciales (B2B) para captación de nuevos clientes. Las categorías que actualmente tienen mayor demanda son:

- a) Desarrollo de Software
- b) Diseño web y apps
- c) SEO
- d) Agencias digitales
- e) IT outsourcing
- f) Agencias de publicidad
- g) Diseño (UX)
- h) Marketing digital
- i) E-commerce
- j) Servicios B2B
- k) PPC Management
- l) IoT- end to end
- m) Data Analytics- Big Data

Para la promoción de la oferta de servicios de Argentina, en el año 2020 la Embajada junto con la Agencia Argentina de Inversiones y Comercio Internacional hizo una alianza con el portal B2B Clutch.co para la creación de un directorio específico para empresas argentinas. Este directorio de más de 1,078 empresas presenta la oferta argentina unida a contenidos que sensibilizan al potencial cliente respecto a las capacidades nacionales y posicionará favorablemente a las empresas argentinas de servicios para competir en mejores condiciones en este mercado. La plataforma Clutch.co otorga a nuestras empresas la capacidad de captar nuevos clientes online de forma ágil y dinámica, con una alta tasa de crecimiento, que hoy tiene más de 1 millón de usuarios por mes, con foco en verticales industriales como software, fintech, agtech, videojuegos, entre otros.

En adición, el directorio fue incorporado al sitio web “[Argentina Delivers](#)” con el objetivo de difundir las capacidades de nuestro país como prestador y productor de tecnología y servicios. Dicho sitio servirá para el posicionamiento de la oferta argentina en un mercado altamente competitivo y donde es necesario reforzar nuestra presencia para incrementar la “concientización” en el

comprador estadounidense acerca de nuestro potencial.

La creación de un perfil en dicho sitio es gratuita y abierta a las empresas argentinas del sector. Para mayores informaciones puede contactarse con la Agencia Argentina de Inversiones y Comercio Internacional o con nuestra Embajada en el siguiente correo: econargusa@embassyofargentina.us.

Al igual que en el caso de productos, es bueno que las empresas interesadas en exportar sus servicios consulten los calendarios de Ferias y Misiones del sector en el Portal Argentina Trade Net. Asimismo, la pertenencia a espacios como MeetUp y Slack ayudan a incrementar las redes de contacto en el mercado y la identificación de nuevas oportunidades comerciales.

5. Viajes de negocios, visados e incentivos

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 ([E-2](#)). 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 Nonimmigrant 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 Nonimmigrant 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 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 membresías 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 membresía 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.

6. Datos de contacto

Sección Económica Comercial de la Embajada

Dirección: 1600 New Hampshire Ave. NW

Washington DC 20009

Tel: +1 202 238-6407/6413

Correo electrónico: econargusa@embassyofargentina.us

Sitio web: <https://eeeuu.cancilleria.gob.ar/>

Consulado y Centro de Promoción en Nueva York

Dirección: 12 West 56 Street - Nueva York - Código postal: 10019

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

Tel: +1 212 603 0401 | Fax: 541 7746

Sitio web: <https://cnyor.cancilleria.gob.ar/>

Consulado General en Atlanta

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

Tel: + 1 404 880 0805

Correo electrónico: catla@mrecic.gov.ar

Sitio web: <https://catla.cancilleria.gob.ar/>

Consulado General y Centro de Promoción en Miami

Dirección: 1101 Brickell Avenue - Suite 900N – Torre Norte, Miami, FL 33131

Tel 305-373-1889

Correo electrónico: comercial_cmiam@mrecic.gov.ar

Sitio web: <http://miami.consulado.gob.ar>

Consulado General y Centro de Promoción en Los Angeles

Dirección: 5055 Wilshire Boulevard Suite 210 - Los Angeles - Código postal: CA 90036

Tel: + 1 323 954 9155/ +1 323 937-3873

Correo electrónico: secom_clang@mrecic.gov.ar

Sitio web: <https://clang.cancilleria.gob.ar/>

Consulado General en Chicago

Dirección: 205 N. Michigan Ave, Suite 4208/09 Código Postal 60601. Chicago, Illinois

Tel: +1 (312) 819-2610

Correo electrónico: cchic@mrecic.gov.ar

Sitio web: www.cchic.mrecic.gov.ar

Consulado General en Houston

Dirección: 2200 West Loop South. Suite 1025 Houston, Texas 77027

Tel: + 1 713-871-8935

Correo electrónico: comercio@consuladoargentino.net

Sitio web: <https://chous.cancilleria.gob.ar/>

7. 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.

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 beneficios.

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 [Fairfax County Economic Development Authority](#) 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: [Video](#)

8. Fuentes

- Clutch.co: <https://clutch.co/>
- Embajada: eeuu.cancilleria.gob.ar
- U.S. Census Bureau: <https://www.census.gov/>
- USITC Data web: <https://dataweb.usitc.gov/>
- U.S. Food and Drug Administration: <https://www.fda.gov/>
- FAS/ Agricultural Products:
https://www.usitc.gov/research_and_analysis/trade_shifts_2015/agriculture.htm
- TAX Foundation: <https://taxfoundation.org/>
- USTR Trade Promotion Authority: <https://ustr.gov/trade-topics/trade-promotion-authority>
- CBP Quotas: <https://www.cbp.gov/trade/quota>
- CBP Commodity Status Report: <https://www.cbp.gov/document/report/commodity-status-report>
- COMPTIA: <https://www.comptia.org/>
- Registrar.Corp: <https://www.registrarcorp.com/>
- USDA: <https://www.usda.gov/>
- SBA: <https://www.sba.gov/>
- USPTO: <https://www.uspto.gov/>
- BEA: <https://www.bea.gov/>
- Select USA: <https://www.selectusa.gov/welcome>
- Embassy of the United States: <https://ar.usembassy.gov/es/>
- Brand USA: <https://www.thebrandusa.com/>
- DFC: dfc.org
- EXIMBANK: exim.gov
- IRS: irs.gov
- Commerce: commerce.gov
- Treasury: home.treasury.gov
- State: state.gov
- Export: export.gov