



Universidad de Buenos Aires
Facultad de Ciencias Económicas
Biblioteca "Alfredo L. Palacios"



Proyecto de importación de ropa interior masculina a la República Argentina

Sánchez Baron, Andrea

2006

Cita APA: Sánchez Baron, A. (2006). Proyecto de importación de ropa interior masculina a la República Argentina. Buenos Aires : Universidad de Buenos Aires.
Facultad de Ciencias Económicas. Escuela de Estudios de Posgrado

Este documento forma parte de la colección de tesis de posgrado de la Biblioteca Central "Alfredo L. Palacios".
Su utilización debe ser acompañada por la cita bibliográfica con reconocimiento de la fuente.

Fuente: Biblioteca Digital de la Facultad de Ciencias Económicas - Universidad de Buenos Aires

Col. 1502/0436



CATALOGADO

Universidad de Buenos Aires - Facultad de Ciencias Económicas
Maestría Gestión Empresarial del Comercio Exterior y de la Integración

TEMA

**PROYECTO DE IMPORTACIÓN DE ROPA INTERIOR MASCULINA A LA
REPUBLICA ARGENTINA**

te p. O. 310. H. 22254 (200)
SIP
Trob. Posen.

**PRESENTADO POR:
ANDREA SÁNCHEZ BARON**



TABLA DE CONTENIDO

1. HISTORIA DE LA COMPAÑÍA
- 1.1 EVOLUCION
2. ANÁLISIS DE APROXIMACIÓN AL MERCADO ARGENTINO
3. RELACION COMERCIAL BILATERAL
4. ACUERDOS COMERCIALES
- 4.1 ACUERDO COMERCIAL AC59
- 4.2 OTROS ACUERDOS
- 4.3 ARANCELES DE IMPORTACION
- 4.4 POSICION ARANCELARIA
5. MARCO DEL SECTOR
6. PRECIO
7. LOGÍSTICA
- 7.1 DISTRIBUCION
- 7.2 OTROS ASPECTOS DEL MANEJO LOGISTICO EN DESTINO
8. ANEXOS



Ciudad de Buenos Aires, noviembre de 2006

De su consideración,

Sr. Importador:

CI Nimbar Trade EU le presenta a usted un breve estudio de mercado, para soportar y consolidar la viabilidad de venta de ropa interior masculina **RHEB Underwear**.

A pesar de ser un producto que se comercializa a un precio elevado, se distinguirá por su forma y diseño.

Además es un producto focalizado en gays que se caracteriza por distribuir sus ingresos en sus prendas intimas, lo que le generaría como comerciante aumentar sus ventas teniendo en cuenta que Buenos Aires es una ciudad "gay friendly".

Del mismo modo, le presentamos a usted su precio final de importación teniendo en cuenta los aranceles a pagar, establecidos bajo el comercio bilateral entre Colombia y Argentina.

Aprovechamos la oportunidad para saludarlo muy atentamente,

Andrea Sánchez Barón

1. HISTORIA DE LA COMPAÑÍA

CI Nimbar Trade eu, nació gracias a la experiencia en el sector comercial y textil del grupo Barón creado en 1981. Con la apertura de tiendas multimarca de Ropa Sport para hombre y mujer. Comercializando marcas conocidas en la industria de la moda; como Levis Strauss, St. Michel, Puma, Ralph Lauren, GAP entre otras. En 1994 este Grupo adquiere la Franquicia de Pepe Jeans London para Colombia, de acá su interés por conocer a profundidad como opera el comercio exterior. Al destacarse por ser una tienda que ofrece prendas exclusivas, fue afianzando y fidelizando su clientela. En su mayoría familias, es aquí cuando se vio la oportunidad de negocio de comercializar ropa interior, era la única prenda que faltaba para satisfacer las necesidades del cliente. Es así que en el 2003 nace **CI Nimbar Trade Eu** con la elaboración de ropa interior clásica (calzoncillo) para hombre destacándose por su horma, confort y buena calidad.

1.1 EVOLUCION

Desde su creación la marca RHEB ha tenido gran acogida en el mercado local con la experiencia previa en prendas y texturas. En el año 2003 se realiza la primera exportación a Miami, en donde la empresa cuenta con una sede Trancetes Corp. Esta se dedica a la comercialización de la marca en Estados Unidos. Durante el año 2004 realiza exportaciones a Ciudad de Panamá, Puerto Rico y Bolivia. Gracias a la implementación de su página web ha logrado abrir nuevos mercados en Canadá y Francia entre otros. En relación con su producto, en los últimos 2 años ha logrado diversificar su línea que va desde bóxer clásico, brief clásico, tanga, hilo, levanta cola.

2. ANALISIS DE APROXIMACION AL MERCADO ARGENTINO

La estrategia a utilizar por la empresa esta por definirse si tener un representante que realice la comercialización al país o realizar exportación directa. Por tal razón a través de este proyecto se desarrollara la temática necesaria para encontrar el beneficio que más le convenga.

La razón por la cual se quiere entrar a la Republica Argentina, el mercado de ropa interior, se observa que es un diseño que no hay en el mercado local tanto por su confección como por su textura. Buenos aires es una ciudad Gay friendly desde hace 2 años y con la reactivación del turismo, permitirá darse a conocer en consumidores de países limítrofes. A pesar de considerar el precio elevado para el mercado hay dos variables a tener en cuenta para desarrollar el plan de importación: Es una ciudad donde los gays (grupo focalizado del producto) son personas que se cuidan, de realizar actividades culturales y de poder adquisitivo; Es un producto innovador en el mercado local. La previa experiencia de **Rheb** muestra que se ha llegado a posicionar en el mercado Gay en centro América, el caribe, Norte América y Europa.

Los productos que ofrece **Rheb** es ideal, las razones van desde la calidad de sus telas 94.5% algodón y 4.5 % Lycra elastano. Destacándose cada uno de ellos en varios beneficios:

- Bóxer: Tiene un realce para la anatomía del hombre, gracias a su elástico y corte permite que los testículos estén siempre en buena posición y así evitar ulceras afectando a esta parte de la fisionomía masculina.
- Brief: Un estilo y corte clásico para cualquier tipo de hombre.
- Monokini: Gracias a su corte permite ser una prenda muy fresca, ideal para climas cálidos.
- Hilo: cubre solo la parte genital, siendo una prenda sexy, atrevida y deseada por los gays.
- Levanta cola: Inspirado en el uso para aquellos que practican deportes como baseball, football americano, hockey.

Para RHEB los principales competidores directos son las marcas propias del mercado local, pero con una experiencia previa a la primera ronda de negocios que se realizó en el mes de agosto de 2006 en la ciudad de Buenos Aires se concluyó que hay oportunidad de negocio pese a que su comercialización sería a un alto precio por el tipo de cambio que afronta el país. Sin embargo, nuestro producto día a día se posiciona más en el mercado europeo, siendo un buen punto de referencia para futuros clientes. Muestras de ellos son la reciente y agresiva publicidad que se aprecia en un gran portal francés de ropa interior masculina: www.homwear.com, o en USA www.menundercover.com y, a partir del mes de noviembre, inscrito en uno de los portales más grandes de ropa interior de Estados Unidos, www.internationalmale.com

Ci Nimbar trade considera que, como hasta el momento se han realizado exportaciones directas y que con la ayuda y trabajo recíproco con el comprador, llegamos a conocerlos, adquirir conocimiento del mercado y comercializar a través del Internet (e-commerce). Este medio es de gran importancia ya que es uno de los hobbies de los gays y también por ser prendas tan íntimas; algunas veces cohibe a aquellos que quieren comprar prendas atrevidas y sensuales.

En relación con las políticas de la empresa, en la actualidad cuenta con 2 perspectivas: a través de su página web www.rhebunerwear.com, cuando por este medio se realiza una venta, en el link de políticas y envíos se le notifica al comprador las condiciones de compra por ser una prenda íntima y la devolución de dinero si se requiere. Y a si mismo, las condiciones pactadas con el importador para el pago de su compra.

A los clientes que importan el producto se les ofrece un paquete completo de material para la publicidad de éste; como son afiches para sus vidrieras, catálogos de obsequio de forma gratuita a sus clientes y lo más importante, la empresa siempre esta abierta a recibir críticas y sugerencias para mejorar el producto, la comercialización y logística de envío.

Análisis FODA

Debilidades:

- El valor del transporte de mercancía desde Colombia a la Argentina es muy costoso ya que la actividad bilateral es una porción muy chica hasta el momento en el rubro textil.
- La relación de cambio muestra que la comercialización del producto es a un precio elevado comparado con el local.
- La empresa debe velar por buscar tecnología en sus procesos para estar acorde a las exigencias en el sector textil.

Oportunidades:

- Las prendas RHEB underwear cuentan con un diseño anatómico que será innovador en el mercado de ropa interior que se encuentra en el país.
- El prototipo de metrosexual que hay en el país gusta de diseños atrevidos y sensuales lo que permite a la empresa innovar con nuevas texturas.

Fortalezas:

- Es un producto que ya es aceptado y consumido en Europa, Estados Unidos y el Caribe lo que abre las puertas y se toma como punto de referencia para aquellos interesados del producto en el mercado Argentino.
- El elástico utilizado en sus prendas es innovador con relación a los encontrados en el mercado local.

Amenazas:

- Diferentes marcas locales venden productos similares a bajo precio.
- La actividad del sector indumentaria se esta reactivando en el país para

exportar y solo será atractivo importar por innovación.

- La mayoría de los hombres gustan de diseños sueltos y clásicos.
- Fácilmente imitable a un costo menor

3. RELACIÓN COMERCIAL BILATERAL:

Podemos afirmar como el comercio bilateral ha sido en aumento:

Cerca del 12% de las exportaciones actuales de Colombia tendrán acceso inmediato a este mercado, cerca del 58% en 8 años y el 71% lo hará en un plazo máximo de 10 años. En el sentido contrario, alrededor del 77% de las actuales exportaciones de Argentina a Colombia entrarán en un plazo máximo de 12 años.

Normas de Origen: En materia de origen se logró acceso efectivo para las exportaciones con base en una norma general que reconoce la transformación productiva de bienes a través de un cambio de partida arancelaria. En su defecto, para exportar al MERCOSUR también se podrá recurrir a un valor de contenido regional del 50% durante los primeros 7 años del acuerdo y subirá al 55% en el octavo año. Las exportaciones del MERCOSUR cumplirán con un 60% de valor de contenido regional.

Fuente: <http://www.mincomercio.gov.co>

CUADRO 1. BALANZA COMERCIAL BILATERAL

Intercambio Bilateral	2003 (US\$)	2004 (US\$)	2005 (US\$)
EXPORTACIONES TOTALES FOB COLOMBIANAS HACIA ARGENTINA	19,146,617	36,343,215	47,382,342
Exportaciones Tradicional	988,538	8,913,346	12,666,900
Exportaciones No Tradicional	18,158,079	27,429,869	34,715,442
IMPORTACIONES CIF COLOMBIANAS DESDE ARGENTINA	257,104,627	321,864,994	411,711,411
BALANZA BILATERAL	-237,958,010	-285,521,779	-364,329,069

4. ACUERDOS COMERCIALES

4.1. Acuerdo de Complementación Económica ACE No 59 CAN - MERCOSUR

Los países miembros de la Comunidad Andina (Con excepción de Bolivia) y MERCOSUR (Argentina, Brasil, Paraguay y Uruguay), suscribieron el 18 de octubre de 2004 el Acuerdo de Alcance Parcial de Complementación Económica No. 59, el cual entró en vigencia a partir del 1 de febrero de 2005.

MERCOSUR ofrece a la Comunidad Andina un mercado potencial de 222 millones de habitantes, con un producto interno bruto cercano al billón de dólares, lo cual le permite una demanda por productos importados cercana a los US\$ 63.000 millones y exportaciones de US\$ 80.000 millones.

PROGRAMA DE LIBERACIÓN (PLC)

Uno de los objetivos centrales del Acuerdo es la conformación de una Zona de Libre Comercio que se alcanzará mediante un Programa de Liberación Comercial (PLC) aplicado sobre el universo de los productos originarios de los territorios de las Partes Contratantes.

Las desgravaciones son anuales y progresivas y se aplican sobre el arancel vigente para terceros países. En virtud de ello los márgenes de preferencia van creciendo en forma progresiva hasta alcanzar el 100%. El PLC refleja el reconocimiento de las asimetrías entre los países signatarios, y establece cronogramas diferenciados - nivel de inicio, ritmo de la desgravación y plazo, según se trate de las concesiones dadas y recibidas entre la Argentina, Brasil, Paraguay o Uruguay, con Colombia y Venezuela, y entre cada uno de los cuatro Estados Partes del MERCOSUR con Ecuador.

En el PLC se establecen cronogramas generales y cronogramas especiales. Éstos últimos se aplican a los productos del Patrimonio Histórico de la ALADI, a los

productos sensibles y a los productos de desgravación inmediata y semiinmediata. En los diferentes cronogramas varía el nivel inicial de la preferencia, el ritmo de la desgravación y el plazo para llegar al 100% de preferencia. También cabe señalar que para algunos productos la desgravación progresiva comienza luego de un período de estabilización o en otros casos la desgravación progresiva se estanca por un período determinado para luego continuar hasta alcanzar la desgravación total.

Una categoría de desgravación contempla a los productos de desgravación inmediata a la puesta en vigencia del Acuerdo.

El resto de los productos están distribuidos en diferentes cronogramas de desgravación donde el libre comercio se alcanza entre los 4 y los 15 años. Por lo tanto, a partir del 1° de enero del año 2018 el universo arancelario habrá alcanzado el 100 %.

4.2. Otros Acuerdos

Preferencia Arancelaria Regional - PAR – ALADI

Mediante la Preferencia Arancelaria Regional No 4 de la ALADI, los países se otorgan recíprocamente una reducción porcentual de gravámenes que ampara todos los productos importados de cualquiera de los países miembros, salvo aquellos que se encuentren en la lista de excepciones del respectivo país. Con Argentina, esta preferencia se aplica a los productos no contemplados en el Acuerdo de Complementación Económica CAN – Argentina; y que no se encuentren en la Lista de Excepciones a la Preferencia. **La preferencia porcentual otorgada por Argentina a Colombia es del 28% sobre el arancel general o de terceros países.** Los productos incluidos en las listas de excepciones a la aplicación de ésta preferencia, en cada país cancelan el arancel general vigente.

4.3 ARANCELES Y OTROS IMPUESTOS A LAS IMPORTACIONES

Argentina pertenece a dos sistemas preferenciales de intercambio como lo son la Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI) y el Mercado Común del Sur (MERCOSUR). En materia arancelaria, Argentina adopta la clasificación del Sistema Armonizado Internacional para la imposición de los impuestos con el desglose del MERCOSUR que es de ocho (8) dígitos. Argentina adiciona 3 dígitos más a las posiciones arancelarias del MERCOSUR, con el fin de entre otros, realizar diferenciaciones para la aplicación de impuestos internos.

Los aranceles en Argentina para países extra – zona como Colombia aplican según lo acordado en el MERCOSUR. Estos oscilan entre 0% y 24%, los vehículos importados de países no miembros del MERCOSUR deben pagar un arancel del 35%.

Los impuestos son *ad valorem* y aplican sobre el valor CIF (Cost, Insurance and Freight) de las importaciones. **Para productos textiles, prendas de vestir y calzado se pueden imponer derechos específicos mínimos**

La Tasa Estadística es del 0.5% del valor CIF, cubre a la mayoría de los productos importados; excepto combustibles, armas, libros, periódicos y bienes de capital no usados entre otros. Esta tasa no aplica para los productos provenientes de los países miembros del MERCOSUR.

El IVA general en Argentina es del 21%. Algunos productos agrícolas, mineros, educacionales y medicinas pagan una tasa diferencial de IVA.

Se impone un 3% de Impuesto Anticipado a la Utilidad para bienes de consumo o de venta al por menor, excepto para aquellos que son importados por el usuario final el impuesto es del 11 %.

Para ingresar bienes de consumo final (calzados, **textiles**, alimentos, electrodomésticos, etc.) habrá **un gravamen de 35%**. Mientras tanto, para

importar bienes de capital para la producción, la tasa será de 0%.

Fuentes:

Secretaría Administrativa del MERCOSUR, Ministerio de Economía, Diario Ámbito Financiero. 27/12/05.

4.4 POSICION ARANCELARIA

POSICIÓN ARANCELARIA REPUBLICA DE COLOMBIANA: 61 07 11 0000, Calzoncillos y Slips de punto, de las demás materias textiles, para hombres o niños.

POSICION ARANCELARIA REPUBLICA ARGENTINA: 6107.11.00 100V Calzoncillos 6107.11.00 200A Slips: Calzoncillos, "Slips", camisonos, pijamas, albornoces, batas y artículos similares, de punto, para hombre o niños.

5. MARCO DEL SECTOR

Estadísticas del Sector y/o del producto:

Del sector: Teniendo en cuenta que Buenos aires es una ciudad Gay friendly, lo que permite a su vez que su comercio tenga demanda por este tipo de mercado. En la actualidad la capital se destaca por ser una ciudad de mentalidad progresista, cada día crece más como destino turístico para el gay. Se calcula que los turistas gays son aproximadamente un 20% del total estimado de 550.000 por mes. En la ciudad ya existe un mapa que empezó a editarse en 2001: el Gay Map de Blue Cards, el primer mapa gay del país. Hoy, los anunciantes crecieron más del 40%. La repercusión del mapa, que tiene cuatro ediciones anuales y se distribuye en hoteles 4 y 5 estrellas, totalizando 30.000 ejemplares que se reparten en los barrios de San Telmo, Palermo y Recoleta.

En la capital operan más de 200 locales dirigidos a este tipo de público. Dicha cultura gay incluye fiestas, bares, restaurantes, milongas, **negocios de indumentaria** y de estética.

Más antecedentes referidos a este tema es posible encontrarla en fuentes de organismos oficiales como el portal del propio gobierno de la ciudad www.bue.gov.ar.

Las fabricas de lencería en capital federal están focalizadas en ropa íntima femenina. Entre los pocos los talleres que se dedican a la elaboración de ropa masculina encontramos:

*Kings Underwear: Elaboran solo slips masculinos para hombres y niños. Confeccionados con telas de algodón, caucho reforzado y en varios colores.

*Sara lee Argentina S.A.: Elaboran ropa interior masculina como slips y boxers. Se centran en la elaboración de pijamas, remeras, y trajes de baño.

* Sugar Teen: Elaboran ropa interior masculina en Boxers media pierna y pierna entera, slip clásico de horma al cuerpo en algodón y lycra. Ubicados en cuenca 626 en capital federal.

* Piccot underwear: Elaboran boxers media pierna y pierna entera, 85 % algodón, 10 % poliamida y 5 % elastano. También en Modal una tela adecuada para el invierno, otros en micro fibra. Todas sus fabricaciones son sin costura. Ubicados en J.L cabezon 2358.

*excitante lingerie: venta por pagina web de boxers, hilo, tangas. Sus precios oscilan de \$17 a \$ 25. En texturas de maya, lycra y algodón.

*PR e-shop: Venta de ropa interior por Internet, analizando el portal más concurrido en el ámbito local mercadolibre.com. Son precios que oscilan en un rango de \$6 hasta \$40, siendo estos últimos, prendas importadas por algún nacional que las adquirió en el exterior.

Tiendas especializadas en indumentaria Gay en capital:

***NARCISO** Underwear: Av. Santa Fe 1714 loc 44

***FULL BODIES** Av. Santa Fe 1714 loc. 21/23

***IDENTIDAD URBANA** Uriarte 1422

***POSITIVE** Av. Santa fe 1422

***CARLA DI SI** Gorriti 4660

Otro sitio estratégico para analizar el mercado es sobre la calle florida, una de las más concurridas en la ciudad por los turistas siendo ésta una calle totalmente

peatonal con diversidad de comercio, se encontró:

NEGOCIO	UBICACION	REFERENCIA	MATERIAL	PRECIO
Tiendas Zara	Florida 758	Bóxer	95 %algodón,5 % elastano	\$ 25
Tiendas Zara	Florida 758	Calzoncillo	95 %Nylon , 5 % elastano	\$29
Robins	Florida 461	Calzoncillo	100 % algodón	\$20
Compagne Canadienne	Florida 468	Boxer Largo	100 % algodón	\$10
Dufour	Florida 493	Bóxer Largo	Malla y algodón	\$17
Dufour	Florida 493	Calzoncillo	100 % algodón	\$20
Chistian Dior	Florida 521	Boxer	100 % algodón	\$32
Carven Paris	Florida 575	Calzoncillo	100 % algodón	\$8
Halsey	Florida 637	Calzoncillo	100 % algodón	\$20
Legacy	Cc. Galerías Pacifico	Bóxer suelto Largo	100 % algodón	\$28
Tommy Hilfiger	Cc. Galerías Pacifico	Bóxer clásica pegado	100 % algodón	\$105.00
Polo Ralph Lauren	Cc. Galerías Pacifico	Bóxer Largo pegado	100 % algodón	\$110.00
Bensimon	Cc. Galerías Pacifico	Bóxer suelto Largo	100 % algodón	\$42
Kevingston	Cc. Galerías Pacifico	Bóxer suelto Largo	100 % algodón	\$13.00
Kevingston	Cc. Galerías Pacifico	Bóxer pegado Largo	100 % algodón	\$ 22.00
Kosiuko	Cc. Galerías Pacifico	Bóxer clasico corto	100 % algodón	\$ 22.00
Kosiuko	Cc. Galerías Pacifico	Bóxer corto estampado	100 % algodón	\$ 36.00
Eyelit	Santa fe 628	Bóxer clásica pegado	100 % algodón	\$ 23.90
Eyelit	Santa fe 628	Bóxer largo	100 % algodón	\$ 19.00

Fuente: Autora

Como conclusiones de la investigación:

*Las tiendas de reconocidas marcas en el ámbito mundial son aquellas que, por ser productos importados, se diferencian en un precio más alto en relación al mercado local. Siendo su elástico diferente aunque similares son sus hormas.

* La horma común es sin costuras y sin ningún tipo de anatomía en la parte íntima del hombre, en su mayoría en las tiendas de marca propia se ofrece boxers o slips clásicos en algodón sin costuras y siempre de horma sueltas.

* Tiendas de marcas reconocidas como Kosiuko o Zara importan sus productos de ropa interior masculina desde: Kosiuko Ecuador y Zara desde Perú.

*La única horma similar encontrada a la que fabrica y comercializa **Rheb underwear** es la que ofrece la marca Narciso focalizada también en el mercado gay.

* la marca que vende sus productos por internet se enfoca más al mercado sexshop:

6. PRECIO

Teniendo en cuenta sobre la base del acuerdo AC 59 que aplicaría para el comercio bilateral y para el producto, el precio de comprador será basado en una simulación de compra de 1000 unidades variadas en las diferentes referencias: arancel de importación: 20% s/CIF, Preferencia Arancelaria ACE 59: 30%, Tasa estadística de importación: 0.50%, Criterio de valor establecido: 16.68 U\$S por Kg

7. LOGÍSTICA

El envío se realizará vía AEREA, Para el tránsito de carga de importación el aeropuerto de la ciudad de Buenos Aires, Aeropuerto Internacional Ezeiza Ministro

Pistarini, es el más importante del país. Debido a que es el receptor de la mayoría de vuelos internacionales, se encuentra ubicado a 34 Km. de la capital.

Desde Colombia, la gran mayoría de aerolíneas prestan servicios de carga con conexión en Panamá, Lima, Santiago de Chile con tiempos de tránsito de 12 a 24 horas.

7.1 DISTRIBUCION

RHEB Underwear busca llegar a comercializar su producto en las diferentes boutiques ubicadas sobre la calle Florida; aprovechando los precios de venta al público que tiene la zona, del mismo modo es un sector que permite que el producto sea comprado por turistas que visitan la ciudad de Buenos Aires.

Otro sector a evaluar es la zona de Caballito, más exactamente la calle Avellaneda donde se encuentran boutiques focalizadas al público gay.

Por último, en los diferentes shoppings de Capital Federal: Galerías Pacífico, Alto Palermo Shopping y Abasto Shopping.

Otro tipo de distribución continuará siendo la página web de la empresa: www.rhebunderwear.com. También se pretende llegar a un acuerdo comercial con algún portal gay de la ciudad, como por ejemplo el del gobierno de la ciudad.

7.2 OTROS ASPECTOS PARA MANEJO LOGÍSTICO EN DESTINO

Envíos Comerciales

- Cuatro (4) Facturas comerciales, certificadas por la cámara de comercio del país de origen y legalizadas por el consulado, conteniendo: el valor total de la factura convertido a ARS, también se debe aplicar conversión al precio FOB del envío, más los cargos adicionales y la siguiente declaración:
- “Declaro bajo juramento que todos los datos que contiene esta factura, son fiel reflejo de la verdad y que los precios corresponden a los montos a

pagarse. Declaro en igual forma que no existen convenios que permitan alteraciones de estos precios.”

- 4 listas de empaque, conteniendo información detallada del paquete, con la siguiente declaración “ Declaro bajo juramento que todos los datos que contiene esta nota de empaque, son el fiel reflejo de la verdad y el detalle explicado corresponde al contenido real”.
- Licencia de importación para ciertos bienes.

Muestras Sin Valor Comercial

- Cuatro (4) facturas comerciales, iguales al envío comercial, para muestras importadas temporalmente, las facturas deben decir “importación temporaria”.

8. ANEXOS

Este es un ejemplo de listas que maneja la AFIP al momento de valoración de mercaderías, en este caso, se rige bajo el método de valoración sobre el artículo de valoración 2: El valor de aduana será el valor de transacción de mercaderías idénticas vendidas para la exportación al mismo país de importación y exportadas en el mismo momento que las mercancías objeto de valoración, teniendo en cuenta que el origen del producto (incluyendo su materia prima) es de la misma procedencia.

Visto la Res.Gral.AFIP 1907/05 por la que se prevé que la DIRECCION GENERAL DE ADUANAS comunicará los valores criterio de carácter precautorio establecidos para enfrentar la evasión fiscal y combatir las prácticas de sub facturación en la importación de mercaderías.

Que en función de las prioridades surgidas de las tareas de evaluación de riesgos que efectúan las distintas áreas del Organismo, se han realizado estudios de valor sobre determinadas mercaderías. Que como resultado de dichos estudios, teniendo en cuenta la presentación efectuada mediante Actuación Nro. 12125-3074-2005, la participación de los distintos sectores involucrados y los antecedentes de valores de transacción de mercaderías idénticas o similares, la División Análisis dependiente del Departamento Técnica de Valoración, ha elaborado un informe sobre los valores criterio de determinadas mercaderías motivando altísimas bajas de los mismos.

Que tal informe cuenta con la conformidad de dicho Departamento y de la Dirección de Técnica. Que, asimismo, determinados valores que por la presente se establecen modifican los oportunamente establecidos por la Res.Gral.AFIP 1661/04 y Res.Gral.AFIP 1870/05 de conformidad a lo dispuesto en el Artículo 7 de la Res.Gral.AFIP 1907/05.

Que ha tomado la intervención que le compete la Subdirección General Técnico Legal Aduanera. Que en cumplimiento de lo establecido en el Anexo IV, punto IV) de la Res.Gral.AFIP 1907/05 y en ejercicio de la facultad conferida por el Artículo 9 Apartado 2 Inciso a) del Dec.618/97 del 10 de Julio de 1997; se INSTRUYE:

1. Hacer saber los valores criterio que figuran en el Anexo I (Listado de Mercaderías con valores criterio) y Anexo II (Origen de las mercaderías), establecidos en el ámbito de esta DIRECCION GENERAL.
2. Dar de baja los valores establecidos por la Res.Gral.AFIP 1661/04 correspondientes a las mercaderías que figuran en el Anexo III de la presente de acuerdo a los estudios realizados, para los siguientes grupos de países: Grupo 1 (Brasil, Colombia, Chile, Ecuador, Paraguay, Uruguay), Grupo 4 (Corea Democrática, Corea Republicana, China, Emiratos Arabes Unidos, Filipinas, Hong Kong, India, Indonesia, Israel, Malasia, Pakistán, Taiwán, Tailandia, Singapur, Vietnam.) y Grupo 5 (Sudáfrica, Finlandia, Hungría, Noruega, Polonia, Reino Unido, Rumania, Suecia, Suiza, Turquía, Ucrania, República Checa, Rusia).
3. Aplicar la presente a las solicitudes de Destinaciones de Importación para Consumo que se oficialicen a partir del día siguiente de su publicación en el Boletín Oficial.
4. Regístrese. Dése a la DIRECCION NACIONAL DEL REGISTRO OFICIAL para su publicación y publíquese en el Boletín de la DIRECCION GENERAL DE ADUANAS. Cumplido archívese.

ANEXO II

ORIGEN DE LAS MERCADERIAS	
GRUPO 1	
203	BRASIL
205	COLOMBIA
208	CHILE
210	ECUADOR
221	PARAGUAY
225	URUGUAY

GRUPO 4

308	COREA DEMOCRATICA
309	COREA REPUBLICANA
310	CHINA
331	EMIRATOS ARABES UNIDOS
312	FILIPINAS
341	HONG KONG
315	INDIA
316	INDONESIA
319	ISRAEL
326	MALASIA
332	PAKISTAN
313	TAIWAN
335	THAILANDIA
333	SINGAPUR
337	VIETNAM

GRUPO 7	
128	ISLA MAURICIO
345	BANGLADESH
344	MACAO

Por favor visitar anexos de excel adjuntos.

DESPACHO Nº1 A LA REPUBLICA ARGENTINA

BOXER

COD	COD		S	M	L	XL	TOTAL	TOTAL	PRECIO FOB DOLARES USD	TOTAL
MB-001C01	MB-001C01	WHITE	2	2	2	2	8		6.5	52.00
MB-001C02	MB-001C02	BLACK	2	2	2	2	8		6.5	52.00
MB-001C03	MB-001C03	NAVY	2	2	2	2	8		6.5	52.00
MB-001C04	MB-001C04	GREY	1	1	1	1	4		6.5	26.00
MB-001C05	BOXER	RED	1	1	1	1	4		6.5	26.00
MB-001C06	BOXER	ORANGE	1	1	1	1	4		6.5	26.00
MB-001C07	BOXER	GREEN	1	1	1	1	4		6.5	26.00
MB-001C08	BOXER	ROYAL	1	1	1	1	4		6.5	26.00
MB-001C09	BOXER	PINK	1	1	1	1	4		6.5	26.00
								44		312
MB001F01	BOXER	ELAS RED	1	1	1	1	4		7	28
MB001F02	BOXER	ALS BLACK	1	1	1	1	4		7	28
MB001F03	BOXER	GOLDEN LINE	1	1	1	1	4		7	28
MB001F04	BOXER	GREEN LINE	1	1	1	1	4		7	28
MB001F05	BOXER	STAIN GREEN	1	1	1	1	4		7	28
							64	20		140
										452

BRIEF

MB002C01	BRIEF	WHITE	1	1	1	1	4		5.5	
MB002C02	BRIEF	BLACK	1	1	1	1	4		5.5	220
MB002C03	BRIEF	NAVY	1	1	1	1	4		5.5	220
MB002C04	BRIEF	GREY	1	1	1	1	4		5.5	220
MB002C05	BRIEF	RED	1	1	1	1	4		5.5	220
MB002C06	BRIEF	ORANGE	1	1	1	1	4		5.5	220
MB002C07	BRIEF	GREEN	1	1	1	1	4		5.5	220
MB002C08	BRIEF	ROYAL	1	1	1	1	4		5.5	220
MB002C09	BRIEF	PINK	1	1	1	1	4		5.5	220
							36			1760

THONG

MB-004C01	THONG	WHITE	1	1	1	1	4		5.25	21
MB-004C02	THONG	BLACK	1	1	1	1	4		5.25	21
MB-004C03	THONG	NAVY	1	1	1	1	4		5.25	21
MB-004C04	THONG	GREY	1	1	1	1	4		5.25	21
MB-004C05	THONG	RED	1	1	1	1	4		5.25	21
MB-004C06	THONG	ORANGE	1	1	1	1	4		5.25	21
MB-004C07	THONG	GREEN	1	1	1	1	4		5.25	21
MB-004C08	THONG	ROYAL	1	1	1	1	4		5.25	21
MB-004C09	THONG	PINK	1	1	1	1	4		5.25	21
							36			189

JOCK

MB-005C01	JOCK	WHITE	1	1	1	1	4		4.74	18.96
MB-005C02	JOCK	BLACK	1	1	1	1	4		4.74	18.96
MB-005C03	JOCK	NAVY	1	1	1	1	4		4.74	18.96
MB-005C05	JOCK	RED	1	1	1	1	4		4.74	18.96
MB-005C06	JOCK	ORANGE	1	1	1	1	4		4.74	18.96
MB-005C07	JOCK	GREEN	1	1	1	1	4		4.74	18.96
							24			113.76

PRECIO FOB	PRECIOS USD	PRECIO \$ ARG
BOXER	6.50	19.50
BOXER F	7.00	21.00
BRIEF	5.50	16.50
THONG	5.25	15.75
JOCK	4.74	14.22

PRECIO FOB TOTAL

	UNIDADES	TOTAL USD	TOTAL \$ ARG
BOXER	64	416.00	1248
BRIEF	36	198.00	594
THONG	36	189.00	567
JOCK	24	113.76	341.28
	160	916.76	2750.28

BIBLIOTECA DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS
 Profesor Emérito Dr. ALFREDO L. PALACIOS

PROCEDIMIENTO Y CONDICIONES

a) Las reservas y los embarques deberán realizarse a través del Agente de Carga del Exportador

TARIFAS Y RECARGOS

a) Para las tarifas desde Cali, Medellin, Pereira, Bucaramanga, Cucuta, Barranquilla y Cartagena, se cobrará un adicional de US\$0,18 Kg. cuando los

CONTACTOS

F.S se cobra por Kg y con mínima de USD 15

Recargo: Due Carrier
(Diligenciamiento del
conocimiento aéreo) se cobra
USD 25

<http://www.proexport.com.co/VBeContent/library/documents/DocNewsNo2593DocumentNo2659.XLS>

TOTAL KILOS	FLETE	
	USD	TOTAL \$ ARG
TARIFAS		
TARIFA AVIANCA	85	255
RECARGO FS	15	45
RECARGO DC	25	75
	125	375

de Valor establecido 15.68 us / KG

COSTOS DE IMPORTACION

POSICION ARANCELARIA ARGENTINA
ORIGEN

6107.11.00
COLOMBIA

VALOR FOB	2750.28	
FLETE	375.00	
SEGURO 10% sobre FOB	275.03	
TOTAL CIF	3400.31	
DERECHO ADVALOREM NCM 20%	680.06	Según acuerdo bilateral AC 59
DERECHO ESPECIFICO 30%	1020.09	Según acuerdo bilateral AC 59
TASA ESTADISTICA 0,50%	1700.15	Según acuerdo bilateral AC 59
GASTOS BANCARIOS Y DESPACHANTE	200.00	Se utilizara una carta de credito abierta en el Bank Boston
TOTAL DESADUANIZADO	7000.62	
IVA 21 %	1470.13	
IVA ADICIONAL 10%	700.06	
IMPUESTO GANANCIAS 35 %	2450.22	
TOTAL MAS IMPUESTOS	11621.02	
TOTAL FINAL PRECIO IMPORTACION	11621.02	

* los valores estan dados en pesos Argentinos

TOTAL DESADUANIZADO	7,000.62
Costo x unidad en pesos	43.75
Costo x unidad en U\$S	14.11

En anexo I, se encuentra el listado de valores referenciales del grupo textil

ANEXO I

LISTADO DE MERCADERIAS CON VALORES

P.A.NCM	Descripción de la Mercadería	Valor Fob USS	Unidad	Grupos de Origen
6101.30.00	Abrigos (sobretodos), chaquetones, capas, anoraks, cazadoras y artículos similares, de punto, de fibras sintéticas o artificiales, para hombres o niños.	25.8100	Kg.	GR1 GR4 GR7
6102.30.00	Abrigos (tapados), chaquetones, capas, anoraks, cazadoras y artículos similares, de punto, de fibras sintéticas o artificiales, para mujeres o niñas.	17.9000	Kg.	GR1 GR4 GR7
6103.42.00	Pantalones de algodón, para hombre o niño.	15.7500	Kg.	GR1 GR4 GR7
6103.43.00	Pantalones de fibras sintéticas, para hombre o niño.	16.5600	Kg.	GR1 GR4 GR7
6104.42.00	Vestidos de algodón.	21.9800	Kg.	GR1 GR4
6104.43.00	Vestidos de fibras sintéticas.	39.2000	Kg.	GR1 GR4 GR7
6104.53.00	Faldas y faldas pantalón de fibras sintéticas.	30.5300	Kg.	GR1 GR4 GR7
6104.62.00	Pantalones de algodón, para mujer o niña.	15.8400	Kg.	GR1 GR4 GR7
6104.63.00	Pantalones de fibras sintéticas, para mujer o niña.	26.4300	Kg.	GR1 GR4 GR7
6105.10.00	Camisas de algodón, para hombre o niño.	18.9900	Kg.	GR1 GR4 GR7
6105.20.00	Camisas de fibras sintéticas o artificiales, para hombre o niño	17.6400	Kg.	GR1 GR4 GR7
6106.10.00	Camisas, blusas y blusas camiseras de algodón, para mujer o niña.	21.1500	Kg.	GR1 GR4 GR7
6106.20.00	Camisas, blusas y blusas camiseras de fibras sintéticas o artificiales, para mujer o niña.	31.6500	Kg.	GR1 GR4 GR7

6107.11.00	Calzoncillos y slip, de algodón.	19.3600	Kg.	GR1 GR4 GR7
6107.12.00	Calzoncillos y slip, de fibras sintéticas o artificiales.	21.6400	Kg.	GR1 GR4 GR7
6108.21.00	Bragas (bombachas) de algodón para mujer o niña.	30.1900	Kg.	GR1 GR4 GR7
6108.22.00	Bragas (bombachas) de fibras sintéticas o artificiales para mujer o niña	61.9800	Kg.	GR1 GR4 GR7
6108.31.00	Camisones y pijamas, de algodón, para mujer o niña.	17.0900	Kg.	GR1 GR4 GR7
6109.10.00	T-shirts y camisetas interiores, de algodón.	16.5800	Kg.	GR1 GR4 GR7
6110.10.00	Suéteres, pullovers, chalecos, cardigans y artículos similares de lana o pelo fino.	34.1000	Kg.	GR1 GR4 GR7
6110.20.00	Suéteres, pullovers, chalecos, cardigans y artículos similares de algodón.	23.7400	Kg.	GR1 GR4 GR7
6110.30.00	Suéteres, pullovers, chalecos, cardigans y artículos similares de fibras sintéticas o artificiales.	24.8400	Kg.	GR1 GR4 GR7
6111.10.00	Prendas y complementos (accesorios) de vestir para bebe de lana o pelo fino.	22.8500	Kg.	GR1 GR4 GR7
6111.20.00	Prendas y complementos (accesorios) de vestir para bebe de algodón.	23.1400	Kg.	GR1 GR4 GR7
6111.30.00	Prendas y complementos (accesorios) de vestir para bebe de fibras sintéticas.	24.2000	Kg.	GR1 GR4 GR7
6112.11.00	Conjunto de abrigo para entrenamiento o deporte de algodón.	16.6400	Kg.	GR1 GR4 GR7
6112.12.00	Conjunto de abrigo para entrenamiento o deporte de fibras sintéticas.	19.5000	Kg.	GR1 GR4 GR7
6112.31.00	Bañadores para hombre o niño de fibras sintéticas.	19.7900	Kg.	GR1 GR4 GR7
6114.20.00	Prendas de vestir, de punto, de algodón.	26.8800	Kg.	GR1 GR4 GR7
6114.30.00	Prendas de vestir, de punto, de fibras sintéticas o artificiales.	37.5600	Kg.	GR1 GR4 GR7