



Comité de Representantes

ALADI/CR/Resolución 402
13 de noviembre de 2013

RESOLUCIÓN 402

TERMINOS DE REFERENCIA EXPO ALADI

EI COMITÉ DE REPRESENTANTES

VISTO El Tratado de Montevideo 1980 (TM80); las Resoluciones 59 (XIII), 60 (XIII), 61 (XIII), 62 (XIV), 68 (XIV) Y 73 (XV) del Consejo de Ministros y la Resolución 401 del Comité de Representantes; y,

CONSIDERANDO La necesidad de iniciar las actividades de implementación de la EXPO ALADI.

RESUELVE:

PRIMERO.- Aprobar los Términos de Referencia de la EXPO ALADI, que se anexan a la presente Resolución, la cual se llevará a cabo en la ciudad de Montevideo-Uruguay, del 8 al 10 de octubre de 2014.

SEGUNDO.- Destinar la cantidad de US\$ 342.500 (trescientos cuarenta y dos mil quinientos dólares estadounidenses), correspondientes al Fondo de Capital de Trabajo, distribuidos de la siguiente manera: US\$ 250.000 (doscientos cincuenta mil dólares estadounidenses) para atender los gastos relacionados con la realización de la EXPO ALADI a cargo de la Asociación y la suma de US\$ 92.500 (noventa y dos mil quinientos dólares estadounidenses) deberán ser destinados como recursos adicionales para financiar la participación de los Países de Menor Desarrollo Económico Relativo (PMDER) en el evento.

TERCERO.- Recibir con beneplácito el anuncio realizado por la Representación Permanente de los Estados Unidos Mexicanos, respecto al aporte de la suma de US\$ 250.000 (doscientos cincuenta mil dólares estadounidenses) por parte del Gobierno de

los Estados Unidos Mexicanos y algunas Instituciones públicas y privadas patrocinadoras, para la financiación de la EXPO ALADI.

CUARTO.- La Secretaría General informará en forma mensual sobre la utilización de los fondos mencionados en los párrafos Segundo y Tercero, así como de aquellos aportes adicionales provenientes de potenciales socios estratégicos del sector público y privado.

QUINTO.- Encomendar al Grupo de Trabajo Ad Hoc, creado por la Resolución del Comité de Representantes 401, que eleve al Comité de Representantes, en el más breve plazo posible y preferentemente antes de la última sesión ordinaria del año 2013 de dicho órgano, una propuesta sobre los sectores estratégicos que participarán de la rueda de negocios que se realizará en el marco de la EXPO ALADI. Para elaborar dicha propuesta, el Grupo de Trabajo Ad Hoc tomará en consideración los sectores preliminarmente identificados por la Secretaría General en los Términos de Referencia anexos, así como otros que sugieran los Países Miembros en el ámbito de dicho Grupo.



EXPO ALADI

TÉRMINOS DE REFERENCIA

I. SÍNTESIS DE LA PROPUESTA

- **Nombre:** EXPO ALADI
- **Países participantes:** Países Miembros de ALADI (Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Cuba, Ecuador, México, Panamá, Paraguay, Perú, Uruguay y Venezuela).
- **Países y organismos invitados:** países de América Central y el Caribe y organismos regionales.
- **Instituciones organizadoras y agencias ejecutoras:** La Asociación Latinoamericana de Integración y Uruguay XXI. Organismos y agencias de promoción de exportaciones e inversiones de los Países Miembros.
- **Instituciones participantes:** Organismos y agencias públicos y privados de promoción de exportaciones e inversiones de los Países Miembros, cámaras empresariales, Representaciones Permanentes de los Países Miembros, y empresas de los Países Miembros.
- **Objetivo general:** Potenciar las oportunidades de las empresas regionales para crecer y aumentar su participación en el mercado regional y fomentar la integración productiva regional, complementando los esfuerzos nacionales realizados por los países miembros para diversificar la oferta exportable, aumentar la competitividad, impulsar los encadenamientos productivos y la logística y conformar redes empresariales.
- **Objetivo específico:** Realizar encuentros entre empresas exportadoras e importadoras de los países miembros, que constituirán una herramienta para facilitar el conocimiento y la generación de contactos entre los empresarios de la región, en particular MIPYMES, favoreciendo así la difusión de la oferta exportable y el mejor aprovechamiento de las oportunidades comerciales que emanan de los acuerdos suscritos en el ámbito de la ALADI.
- **Componentes de la propuesta:**
 - ✓ Ruedas de negocios latinoamericana;
 - ✓ Promoción directa a través de stands institucionales;
 - ✓ Foro de reflexión: conferencia magistral y paneles temáticos;
 - ✓ Talleres de capacitación;
 - ✓ Reuniones de representantes gubernamentales y/o reuniones de representantes del sector privado.
- **Financiamiento:** La Asociación aportará US\$ 342.500 (trescientos cuarenta y dos mil quinientos dólares estadounidenses), correspondientes al Fondo de Capital de Trabajo, distribuidos de la siguiente manera: US\$ 250.000 (doscientos cincuenta mil dólares estadounidenses) para atender los gastos relacionados con la realización de la EXPO ALADI a cargo de la Asociación y la suma de US\$ 92.500 (noventa y dos mil quinientos dólares estadounidenses)

deberán ser destinados como recursos adicionales para financiar la participación de los Países de Menor Desarrollo Económico Relativo (PMDER) en el evento.

El monto restante del presupuesto presentado en el punto VI provendría de los aportes que realicen potenciales socios estratégicos del sector público y privado.

- **Número potencial de empresas participantes:** A los efectos de construir un escenario base para la elaboración del presupuesto se estimó que podría contarse con la participación de 500 empresas.
- **Evaluación:** El Coordinador del Grupo de Trabajo Ad Hoc presentará al Comité de Representantes el Informe de dicho Grupo sobre los resultados de la EXPO ALADI así como eventuales recomendaciones sobre el evento.
- **Fecha:** 08 al 10 de octubre de 2014.

II. Justificación

- En 2012, el 59,8% del comercio intrarregional ALADI, estaba liberado del pago de aranceles y hacia el 2021, esta cifra alcanzará al 74,2%, lo cual pondría de manifiesto el grado de avance y el potencial que en materia arancelaria ha tenido el proceso de integración regional. Para que ello pueda ser factible, resulta importante la promoción y profundización de los lazos comerciales a nivel intrarregional. En este punto resulta pertinente no solamente contar con avances en las disciplinas comerciales asociadas, sino también en la incorporación activa y creciente de empresas y productos del mercado regional.
- Un mayor involucramiento directo de las empresas compradoras y exportadoras latinoamericanas en el mercado regional, tendría como efecto positivo no solamente la diversificación de los destinos de exportación e importación, sino también la posibilidad de incrementar el valor agregado de las exportaciones y el impulso de los encadenamientos productivos, en particular para las MIPYMES. Lo anterior adquiere especial relevancia en la coyuntura actual, en la cual los mercados regionales muestran perspectivas de crecimiento¹ mayores a las de otros mercados tradicionales de exportación e importación como ser Estados Unidos y Europa.
- Teniendo en cuenta lo anterior, así como la experiencia acumulada por las agencias nacionales responsables por la promoción de las exportaciones y las inversiones, y por la ALADI en encuentros empresariales bilaterales, se ha

¹ El FMI estima que, en 2013, la economía de los Estados Unidos crecerá en 1,6%, las de los países de la Zona Euro experimentarán una contracción de 0,4% en su producto mientras que los países de América Latina y el Caribe crecerán 2,7%. Véase FMI (2013) "Perspectivas de la Economía Mundial". Octubre de 2013.

identificado la posibilidad de realizar un evento de alcance regional que constituya un punto de encuentro para los empresarios de la región, facilitando el acercamiento entre los mismos y la difusión de sus ofertas exportables, teniendo como eje transversal a las MIPYMES.

III. Antecedentes

- En el ámbito de la ALADI, el Tratado de Montevideo 1980; las Resoluciones 59 (XIII), 60 (XIII), 61 (XIII), 62 (XIV), 68 (XIV), 69 (XIV) y 73 (XV) del Consejo de Ministros y la Declaración sobre la Crisis Económica Internacional y las Acciones a Desarrollar en el Ámbito de la ALADI para hacerle frente, emanada de la Decimoquinta Reunión del Consejo de Ministros, así como, las recomendaciones de las Reuniones de Responsables Gubernamentales de MIPYMES (I y II) y de las VI y VII Reuniones del Consejo Asesor Empresarial (CASE) –etapa MIPYMES-, instan a la Asociación a impulsar acciones destinadas a promover el comercio regional como un instrumento para favorecer un desarrollo económico y social armónico y equilibrado.
- Además de la experiencia acumulada por la ALADI en materia de ferias y seminarios de la Asociación y en actividades tales como difusión, asistencia técnica y capacitación, cabe considerar su participación como miembro observador de la Red Iberoamericana de Organismos de Promoción de Exportaciones e Inversiones (REDIBERO), en el marco de la cual se ha generado lazos de cooperación y coordinado actividades con distintas agencias de promoción del comercio de los países miembros, entre ellas, Uruguay XXI.
- A dicha experiencia, y en el marco del convenio ALADI/URUGUAY XXI, se suma la experiencia de esta Agencia en la consolidación, expansión y diversificación de las exportaciones de bienes y servicios a un mayor número de mercados, contando para ello con la participación de un número mayor de empresas -en especial MIPYMES- en el proceso exportador y en la promoción de la cultura exportadora en Uruguay. A nivel de inversiones, la agencia también apoya a los inversores extranjeros, tanto a quienes están evaluando dónde realizar su inversión como a quienes ya operan en el país.
- Por lo anteriormente expuesto, y en cumplimiento del propósito que guía el accionar de ambas instituciones, se complementarán capacidades con Uruguay XXI para promover un encuentro empresarial con énfasis en las MIPYMES del más amplio alcance regional.
- En este marco, el Comité de Representantes de la ALADI resolvió impulsar la realización de la EXPO ALADI², a efectuarse en Uruguay el próximo año, para lo cual se prepararon los siguientes términos de referencia.

² ALADI/CR/Resolución 401, del 13 de setiembre de 2013.

IV. Descripción

IV.1 Objetivo general

El objetivo general del proyecto es potenciar las oportunidades de las empresas regionales para crecer y aumentar su participación en el mercado regional y fomentar la integración productiva regional, complementando los esfuerzos nacionales realizados por los Países Miembros para diversificar la oferta exportable, aumentar la competitividad, impulsar los encadenamientos productivos y la logística y conformar redes empresariales.

IV.2 Objetivo específico

El objetivo específico es realizar encuentros empresariales entre empresas exportadoras e importadoras de los Países Miembros y demás países participantes, para facilitar el conocimiento y la realización de contactos entre los empresarios de la región, favoreciendo la difusión de la oferta exportable y el mejor aprovechamiento de las oportunidades comerciales que emanan de los acuerdos suscritos en el ámbito de la ALADI.

IV.3 Componentes

El evento constará de los siguientes cinco componentes:

- rueda de negocios latinoamericana;
- promoción directa mediante stands institucionales;
- foro de reflexión: conferencia magistral y paneles temáticos
- talleres de capacitación
- reuniones de representantes gubernamentales y/o reuniones de representantes del sector privado.

En el Cuadro N°1 del Anexo, se presenta para cada uno de los componentes, las actividades necesarias para su realización, los resultados esperados así como los indicadores de cumplimiento.

V. Sectores estratégicos preliminarmente identificados

Para la definición de los sectores que participarán de la rueda de negocios que se realizará en el marco de la EXPO ALADI, se consideró pertinente realizar un trabajo exploratorio. La identificación de sectores se realizó teniendo en cuenta su potencialidad de concretar negocios y expandir el comercio intrarregional. De esta forma, fueron identificados preliminarmente por la Secretaría General los siguientes sectores:

- Agroindustrial
- Alimentos y bebidas procesados
- Químicos y plásticos
- Servicios vinculados a las TIC's
- Textiles, confecciones y calzado

En el Cuadro N°2 del Anexo se presentan a modo de referencia los capítulos del Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancías (Enmienda V) correspondientes a cada uno de los sectores productores y comercializadores de bienes identificados. Asimismo, se presenta la clasificación de servicios utilizada por la UNCTAD para la elaboración de sus estadísticas en base al Manual de Estadísticas de Comercio Internacional de Servicios 2010.

VI. Presupuesto Estimado

El presupuesto estimado ha sido elaborado por la Secretaría General en base a las cotizaciones solicitadas a diversas empresas organizadoras de eventos de estas características, las que fueron recomendadas tanto por Uruguay XXI como por otras instituciones regionales con sede en Uruguay y tomando como referencia la Ficha Técnica inicial.

Se presenta a continuación el Presupuesto Estimado, en el cual se detallan los principales costos asociados a la realización del evento, en el marco de 3 días de duración y la asistencia de 500 empresarios.

| Detalle | Presupuesto Estimado (en dólares estadounidenses) |
|---|--|
| 1. Locación | 59.070,00 |
| 2. Difusión | 42.215,00 |
| 3. Financiamiento de 130 empresarios compradores | 205.678,00 |
| 4. Conferencistas invitados | 21.575,00 |
| 5. Gastronomía | 163.655,00 |
| 6. Gastos operativos | 62.950,00 |
| 7. Honorarios de la empresa encargada de la organización de la EXPO ALADI 2014 | 28.060,00 |
| 8. Recursos adicionales para la financiación de la participación de los PMDER | 92.500,00 |
| 9. Imprevistos | 101.356,00 |
| Total Impuestos inc. | 777.059,00 |
| <p>1. En el presente rubro se incluye el costo de montaje y armado de las salas y de los stands. 2. Se incluye lo relativo a convocatoria de la prensa, gestión de medios, material promocional, diseño y mantenimiento del sitio Web del evento, así como la confección de un video promocional. 3. En el punto 3 del presente Presupuesto se considera la financiación de 130 empresarios importadores de los países miembros de la ALADI que participarán en la Rueda de Negocios. 4. Se prevé la financiación de disertantes que participarán durante el desarrollo de la EXPO ALADI en el año 2014. 5. En el rubro Gastronomía se incluye la realización de un brindis de bienvenida y clausura, así como los coffee breaks y almuerzos durante los días del evento. 6. En el rubro Gastos operativos se contemplan todas aquellas contrataciones relativas a equipamiento necesario para grabación y audio, así como interpretación simultánea y traslados. 7. El rubro 7 hace referencia a los Honorarios de la empresa que estará encargada de la organización de la EXPO ALADI en el año 2014, los cuales incluyen los costos del personal de la empresa asignado para el evento. 8. Recursos previstos en la Resolución 402 del Comité de Representantes. 9. El rubro Imprevistos contempla un 15% del total del Presupuesto.</p> | |

Cabe señalar que el presente Presupuesto Estimado deberá ser revisado periódicamente por su carácter evolutivo, de forma de contemplar los ajustes necesarios a medida que se vayan ejecutando las actividades de implementación del evento.

VII. Fuentes de Financiamiento

La Asociación aportará US\$ 342.500 (trescientos cuarenta y dos mil quinientos dólares estadounidenses), correspondientes al Fondo de Capital de Trabajo, distribuidos de la siguiente manera: US\$ 250.000 (doscientos cincuenta mil dólares estadounidenses) para atender los gastos relacionados con la realización de la EXPO ALADI a cargo de la Asociación y la suma de US\$ 92.500 (noventa y dos mil quinientos dólares estadounidenses) deberán ser destinados como recursos adicionales para financiar la participación de los Países de Menor Desarrollo Económico Relativo (PMDER) en el evento.

El monto restante del presupuesto presentado en el punto VI provendría de los aportes que realicen potenciales socios estratégicos del sector público y privado.

VIII. Agenda tentativa

| DÍA | AGENDA | |
|--------------------|--|--|
| Miércoles 8 | <ol style="list-style-type: none">1) Registro de participantes (14:30 – 15:00hs)2) Inauguración (15:00 – 15:30hs)3) Conferencia magistral y paneles temáticos (15:30 – 18:30hs)4) Brindis de bienvenida (18:30 – 19:00hs) | |
| Jueves 9 | <ol style="list-style-type: none">1) Rueda de Negocios (09:00 – 13:00hs)2) Lunch con conferencista invitado (13:00 – 14:30hs)3) Rueda de Negocios (15:00 – 18:00hs) | <ol style="list-style-type: none">1) Reuniones gubernamentales2) Reunión del sector privado (cámaras empresariales y otros)3) Talleres de capacitación |
| Viernes 10 | <ol style="list-style-type: none">1) Rueda de Negocios (09:00 – 12:00hs)2) Cierre del evento y brindis de clausura (12:00 – 13:00hs)3) Visitas a plataformas logísticas (opcional) (Desde las 13.00hs) | |

ANEXO

Cuadro N° 1: Síntesis

| Componentes | Resultados esperados | Indicadores de evaluación de resultados y de impacto |
|--|---|--|
| <p><u>Componente 1:</u> Rueda de Negocios Latinoamericana entre exportadores e importadores de los Países Miembros de la ALADI y con los países invitados</p> <p><u>Actividades preparatorias:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Identificación de oportunidades comerciales • Búsqueda y selección de empresas así como de los bienes y servicios • Actividades de difusión de la rueda • Elaboración de las agendas • Preparación de la mesa de asistencia técnica | <ul style="list-style-type: none"> • Poner en contacto proveedores/exportadores regionales con productores/importadores para intercambiar información comercial • Generar alianzas estratégicas • Identificar posibles alternativas de suministro • Mejorar la logística / distribución | <ul style="list-style-type: none"> • N° de empresas/países/sectores • N° de citas gestionadas en ruedas de negocios • N° de contactos y transacciones pactadas • Monto global de las intenciones de negocios • Grado de satisfacción de los participantes • Repercusión en los medios de comunicación del evento – N° de medios y días en los cuales aparecen noticias sobre las diferentes componentes del evento |

| Componentes | Resultados esperados | Indicadores de evaluación de resultados y de impacto |
|--|--|--|
| <p><u>Componente 2:</u> Promoción directa mediante stands institucionales a cargo de los puntos focales de los Países Miembros.</p> <p><u>Actividades preparatorias:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Identificación y evaluación de posibles predios destinados a la realización de la exposición • Coordinación con las agencias participantes para definir las características y las condiciones de su participación • Coordinación de aspectos vinculados al diseño, montaje y desmontaje de los stands | <p>Promoción de oferta exportable y difusión de servicio de apoyo a la internacionalización de las empresas</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Cantidad de stands y de visitantes por stand • N° de contactos comerciales realizados • Cantidad de material promocional distribuido • Grado de satisfacción de las agencias participantes |
| <p><u>Componente 3:</u> Foro de reflexión constituido por una conferencia magistral por parte de un experto internacional y la conformación de paneles temáticos</p> <p><u>Actividades preparatorias:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Identificación de temáticas de interés en materia de comercio exterior • Identificación de expositores destacados en las temáticas seleccionadas • Coordinaciones necesarias para hacer posible la participación de los expertos en tiempo y forma | <p>Realización de una conferencia magistral y de talleres temáticos para:</p> <ul style="list-style-type: none"> • promover el análisis y facilitar la toma de decisiones por parte de los asistentes en temáticas vinculadas al comercio | <ul style="list-style-type: none"> • Cantidad y características de los participantes • Cantidad de expertos y diversidad de temáticas y nacionalidades • N° de paneles y diversidad de temáticas abordadas • Grado de satisfacción de los participantes • Repercusión en los medios de comunicación vinculada con la temática y/o expositores |

| Componentes | Resultados esperados | Indicadores de evaluación de resultados y de impacto |
|---|--|--|
| <p><u>Componente 4:</u> Talleres de capacitación dirigidos, principalmente, a los empresarios MIPYMES que aborden las siguientes temáticas: acceso a mercados, estrategias de exportación e importación, oportunidades comerciales, financiamiento del comercio, facilitación del comercio, integración productiva e inversiones, así como el uso de herramientas que faciliten su internacionalización</p> <p><u>Actividades preparatorias:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Identificación de los temas específicos que abordará cada taller dentro de las áreas temáticas • Identificación a los orientadores de los talleres y coordinar su participación • Preparación de los programas y materiales relativos a cada uno de los talleres | <p>Realización de talleres de capacitación con el propósito de:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Brindar información sobre las herramientas disponibles que faciliten la participación de las empresas en el comercio regional • Facilitar el análisis y la interpretación de los acuerdos comerciales • Promover el conocimiento de las oportunidades comerciales y las normas de acceso a los mercados • Diseñar e implementar estrategias de comercialización • Conocer las características de los instrumentos de financiamiento del comercio | <ul style="list-style-type: none"> • N° de talleres realizados y diversidad de las temáticas • Cantidad y características de participantes • Grado de satisfacción de los participantes |

| Componentes | Resultados esperados | Indicadores de evaluación de resultados y de impacto |
|---|--|--|
| <p><u>Componente 5:</u> Reuniones de representantes gubernamentales, y/o de reuniones de asociaciones de carácter nacional o regional</p> <p><u>Actividades preparatorias:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Convocatorias de las reuniones y preparaciones de las agendas, en caso de que corresponda. • Coordinación con las instituciones u organismos que manifiesten interés en realizar una reunión de sus autoridades aprovechando el marco de EXPO ALADI. • Preparación y/o recepción de los documentos de trabajo. • Coordinación de los aspectos logísticos de las reuniones | <p>Realización de las reuniones tendrá como objetivo:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Estrechar vínculos de cooperación y asistencia técnica entre las autoridades gubernamentales de los países miembros • Fortalecer los lazos de cooperación entre instituciones o asociaciones empresariales que actúan a escala regional y la Asociación • Difundir entre los miembros de las asociaciones empresariales los mecanismos y ventajas que ofrece el proceso de integración | <ul style="list-style-type: none"> • N° y tipo de reuniones realizadas • Cantidad y características de los participantes • Grado de satisfacción de los participantes |

Cuadro N° 2: Sectores estratégicos

| A. Descripción de los Capítulos del Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancías (considerados dentro de cada sector estratégico relativos al comercio de bienes) | |
|--|--|
| AGROINDUSTRIAL | |
| 02 | Carne y despojos comestibles |
| 04 | Leche y productos lácteos; huevos de ave; miel natural; productos comestibles de origen animal no expresados ni comprendidos en otra parte |
| 07 | Legumbres y hortalizas, plantas, raíces y tubérculos alimenticios |
| 08 | Frutos comestibles; cortezas de citrus (agrios) o de melones o sandías |
| 09 | Café, te, yerba mate y especias |
| 10 | Cereales |
| 11 | Productos de la molinería; malta; almidón y fécula; inulina; gluten de trigo |
| 12 | Semillas y frutos oleaginosos; semillas y frutos diversos; plantas industriales o medicinales; paja y forrajes |
| 13 | Gomas, resinas y demás jugos y extractos vegetales |
| 15 | Grasas y aceites animales o vegetales; productos de su desdoblamiento; grasas alimenticias elaboradas; ceras de origen animal o vegetal |
| ALIMENTOS Y BEBIDAS PROCESADOS | |
| 16 | Preparaciones de carne, de pescado o de crustáceos, de moluscos o de los demás invertebrados acuáticos |
| 17 | Azúcares y artículos de confitería |
| 18 | Cacao y sus preparaciones |
| 19 | Preparaciones a base de cereales, de harina, de almidón, de fécula o de leche; productos de pastelería |
| 20 | Preparaciones de legumbres u hortalizas, de frutos o demás partes de plantas |
| 21 | Preparaciones alimenticias diversas |
| 22 | Bebidas, líquidos alcohólicos y vinagre |
| QUÍMICOS Y PLÁSTICOS | |
| 30 | Productos farmacéuticos |
| 31 | Abonos |
| 33 | Aceites esenciales y resinoides; preparaciones de perfumería, de tocador o de cosmética |
| 34 | Jabón, agentes de superficie orgánicos, preparaciones para lavar, preparaciones lubricantes, ceras artificiales, ceras preparadas, productos de limpieza, velas y artículos similares, pastas para modelar, "ceras para odontología" y preparaciones para odontología a base de yeso fraguable |
| 39 | Plásticos y manufacturas de plástico |
| 40 | Caucho y manufacturas de caucho |

| TEXTILES, CONFECCIONES Y CALZADO | |
|---|---|
| 50 | Seda |
| 51 | Lana y pelo fino u ordinario; hilados y tejidos de crin |
| 52 | Algodón |
| 53 | Las demás fibras textiles vegetales; hilados de papel y tejidos de hilados de papel |
| 54 | Filamentos sintéticos o artificiales; tiras y formas similares de materia textil sintética o artificial |
| 55 | Fibras sintéticas o artificiales discontinuas |
| 56 | Guata, fieltro y telas sin tejer; hilados especiales; cordeles, cuerdas y cordajes; artículos de cordelería |
| 57 | Alfombras y demás revestimientos para el suelo, de materias textiles |
| 58 | Tejidos especiales; superficies textiles con pelo insertado; encajes; tapicería; pasamanería; bordados |
| 59 | Tejidos impregnados, recubiertos, revestidos o estratificados; artículos técnicos de materias textiles |
| 60 | Tejidos de punto |
| 61 | Prendas de vestir y accesorios de vestir, de punto |
| 62 | Prendas de vestir y accesorios de vestir, excepto los de punto |
| 63 | Los demás artículos textiles confeccionados; juegos; prendería y trapos |
| 64 | Calzado, polainas, botines y artículos análogos; partes de estos artículos |
| Fuente: Secretaría General de la ALADI en base al Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancías. Enmienda V de la Organización Mundial de Aduanas. | |

| B. Descripción según Clasificación Ampliada de la Balanza de Pagos de Servicios de 2010 | |
|---|--|
| SERVICIOS DE TELECOMUNICACIONES, INFORMÁTICA E INFORMACIÓN | |
| Servicios de telecomunicaciones | |
| Servicios de informática (incluye programas informáticos y otros servicios) | |
| Servicios de información (incluye agencias de noticias) | |
| (*) Nota: de las cifras presentadas por la UNCTAD no es posible extraer, los servicios no correspondientes a TICs. Fuente: UNCTAD (2010) Manual de Estadísticas de Comercio Internacional de Servicios. | |