

INTRODUCCION

El presente informe tiene por objeto describir el "Viaje de Práctica Profesional a Costa Rica y México", realizado por los alumnos de la Escuela de Comercio Exterior de la Fundación BankBoston entre el 14 de febrero y el 5 de marzo del corriente año.

Vale la pena destacar, que en el itinerario inicial se tenía contemplado visitar además, El Salvador. Debido a los inconvenientes desencadenados por el terremoto, luego de consultar a las autoridades de la embajada de dicho país en la Argentina y a los representantes de nuestro país en El Salvador se decidió suspender las actividades que se tenían programadas.

Desde el punto de vista de la operativa y la logística del viaje, las contrapartes seleccionadas en cada uno de los países fueron contactadas directamente y en forma individual, con el fin de asegurarnos la calidad de las actividades a desarrollar.

Etapas de la organización

Como se menciona con anterioridad, la organización del viaje consta de tres etapas: un antes (al que llamaremos Etapa Pre-Viaje), un durante (el viaje propiamente dicho) y un después (a la que llamaremos Etapa Post-Viaje).

Etapa Pre-Viaje:

Esta etapa comenzó en el momento mismo de la presentación del proyecto justificando la selección de los países a visitar.

Una vez aprobado, se realizaron reuniones con los alumnos interesados en participar del Viaje de Práctica Profesional. Se les entregó a los estudiantes información sobre los países a visitar y los productos con posibilidades de comercialización en los mercados anteriormente mencionados. Dichas reuniones se realizaron dos veces por semana en el turno de la noche, aunque con el fin de facilitar a los alumnos la búsqueda de empresas también se realizaron reuniones individuales periódicas.

Vale la pena destacar, que muchos de los alumnos que efectivamente viajaron nunca antes habían realizado una experiencia con estas características por lo que a algunos de ellos se los acompañó a las entrevistas con los empresarios con el fin de ayudarlos a conseguir los patrocinios de las empresas. Para dichas reuniones los alumnos contaban con una carpeta con información sobre el viaje elaborada previamente por las personas a cargo de la organización.

Como veremos a continuación, la delegación estuvo integrada por alumnos de diferentes años y cursos y con el fin de prepararlos para las situaciones que deberían enfrentar durante su estadía en el exterior, se realizaron diversas charlas con profesores de la carrera –quienes armaron una reunión especial con este propósito- y funcionarios de las Embajadas y la Cancillería Argentina. Los temas tratados fueron:

- Preparación de una misión comercial,
- Aspectos legales,
- Investigación de mercados,
- Aduanas,
- Marketing,
- Ventas,
- Protocolo y Ceremonial,
- Características del mercado mexicano,
- Características del mercado costarricense.

El viaje propiamente dicho:

En el presente informe se incluye el plan de trabajo desarrollado durante el viaje. En el mismo, se contempló la realización de actividades tanto educativas como comerciales.

Como se podrá apreciar las agendas de actividades fueron lo suficientemente completas, y como se verá en el Anexo que detalla, casi todos los integrantes de la delegación representaban varias firmas lo que hacia aún mas extenuante su tarea. Es por ello que, mientras los alumnos tenían sus entrevistas con los empresarios las personas encargadas de la organización se abocaron a conseguir la información necesaria en cada caso para sus informes y a la gestión de nuevas entrevistas. Además de ello, debemos tener en cuenta que los estudiantes tenían agendas de negocios prefijadas con un promedio de 4 entrevistas por empresa.

Con respecto a la selección de las actividades educativas y protocolares se tuvieron en cuenta cuáles eran las entidades mas representativas de estos países con el fin de poder maximizar el tiempo y conseguir la mejor información que luego sería volcada en los informes que los alumnos entregaron a las empresas. A continuación se detallan las entidades visitadas y los organismos que prestaron su apoyo.

Etapa Post Viaje:

Una vez finalizado el viaje, los estudiantes deben entregar los informes que reflejan la gestión realizada a cada una de las empresas que los patrocinaron. (Se adjunta el ejemplo de un informe entregado a las empresas). El área de coordinación colabora con los estudiantes en la confección del mismo.

Como resultado de nuestra visita a Costa Rica y México los estudiantes han establecido fructíferos contactos comerciales y en muchos de los casos estos contactos perduran con el fin de concretar operaciones reales que en varios casos ya están bastante avanzadas. Otro ejemplo de vinculación entre nuestros estudiantes y empresas extranjeras resultado de esta actividad, es el caso de una empresa costarricense que hace pocos días visitó nuestro país y se contactó con dos de nuestros alumnos con el fin de evaluar la posibilidad de que estos los representen en nuestro país consiguiendo los productos necesarios para una posterior comercialización en Costa Rica.

Además, la labor de los estudiantes fue reconocida y destacada por los funcionarios de las embajadas, los organismos visitados y los mismos empresarios, ya que se han desenvuelto muy profesionalmente a pesar de su escasa, y en algunos casos inexistente experiencia en materia de comercio exterior. Esto se ve reflejado en los informes que las embajadas argentinas en el extranjero han remitido a nuestra Cancillería.

En el caso de México, las actividades se realizaron en forma conjunta con alumnos del Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey (ITESM) de los Campus de Ciudad de México y Monterrey. Como producto de la relación establecida con esta institución, en el mes de julio próximo visitará nuestro país una delegación de 30 estudiantes del Programa de Liderazgo Empresarial (PLEI) del Campus Monterrey con fines similares a los de nuestro viaje del pasado mes de febrero. Mientras que en el caso de los alumnos del campus Ciudad de México estamos colaborando en el armado de una misión comercial al Percusor para fines del corriente año y en un proyecto que tienen organizado para realizar un proyecto de exportaciones para PyMES mexicanas a través de SADECI, asociación de Alumnos de Comercio Internacional a la que ellos pertenecen.

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

Miércoles 14/2

- 07:00 hs. Salida del Aeropuerto Internacional de Ezeiza.
- 14:00 hs. Llegada a Costa Rica.
- 15:30 hs. Reunión en el hotel con personal del área comercial de la Embajada Argentina para la revisión de agendas de trabajo.
- 17:30 hs. Recorrida individual por negocios.

Jueves 15/2

- 08:00 hs. Entrevistas individuales con empresarios.
- 18.30 hs. Clase conjunta con alumnos de la Carrera de Comercio Internacional de la Universidad Internacional de las Américas (UIA).

Viernes 16/2

- 08:00 hs. Entrevistas individuales con empresarios.

Sáb. 17/2 y Dom.18/2

- 09:00 hs. Fin de semana libre.

Lunes 19/2

- 08:00 hs. Entrevistas individuales con empresarios.
- 09:30 hs. Visita a Procomer, Ministerio de Comercio Exterior.
- 13:30 hs. Reunión en la Cámara de Representantes de Casas Extranjeras (CRECEX).
- 18:30 hs. Recepción en la residencia del Sr. Embajador.

Martes 20/2

- 06:00 hs. Salida del Aeropuerto Internacional de San José de Costa Rica.
- 12:00 hs. Llegada al Aeropuerto Internacional de México.

17: 00 hs. Reunión con el señor Embajador y el agregado comercial en la sede de la Embajada Argentina.

Miércoles 21/2

08:00 hs. Entrevistas individuales con empresarios.

11:00 hs. Charla y visita a Aduana Nacional de México.

12.30 hs. Visita a MASAIR, empresa de carga aérea. Recorrido por la empresa

16:00 hs. Visita y charla en el Centro de Negocios del World Trade Center.

Jueves 22/2

09: 00 hs. Entrevistas individuales con empresarios.

10:00 hs. Nacional Financiera S.A. (NAFIN) – Unidad de Financiamiento Bilaterales.

16:00 hs. Reunión con las autoridades del Consejo Mexicano de Comercio Exterior (COMCE), la Cámara de Comercio Mexicano – Argentina, y la Asociación Nacional de Tiendas de Autoservicio y Departamentales (ANTAD).

Viernes 23/3

08:30 hs. Entrevistas individuales con empresarios.

16:00 hs. Reunión con el gerente de Importaciones de Carrefour. S.A.

Sábado 24/4

09:00 hs. Salida para la ciudad de Monterrey

10:20 hs. Llegada al Aeropuerto Internacional Mariano Escobedo

13:00 hs. Recorrido por la planta de Cervecería Cuauthemoc Moctezuma

15:00 hs. Charla con Ejecutivo de Cervecería

Domingo 25/2

03:00 hs. Visita y charla en la Editorial del Diario el Norte.

Lunes 26/2

- 10:00 hs. Charla y visita a la planta de VITRO.
- 13:00 hs. Charla y visita a Cementos Mexicanos (CEMEX).
- 15:00 hs. Entrevistas individuales con empresarios.

Martes 27/2

- 09:00 hs. Visita a BANCOMEXT.
- 10:00 hs. Visita a CAINTRA.
- 12:00 hs. Recorrido por CINTERMEX.
- 15:00 hs. Entrevistas individuales con empresarios.

Miércoles 28/2

- 09:00 hs. Charla con el encargado del Área Internacional del Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey (ITESM).
- 10:30 hs. Recorrido por el Campus y visita a la Universidad Virtual.
- 13:30 hs. Entrevistas individuales con empresarios.
- 08:00 hs. Salida a la Ciudad de México.
- 09:30 hs. Llegada a la Ciudad de México.

Jueves 1/3 y Viernes 2/3

- 08:00 hs. Días completos dedicados a entrevistas individuales con empresarios.

Sábado 3/3 y Domingo 4/3

- 09:00 hs. Fin de semana libre.

Lunes 5/3

- 10:00 hs. Salida de Ciudad de México.
- 24:00 hs. Llegada a Buenos Aires.

INSTITUCIONES Y ORGANISMOS

- Costa Rica -

Universidad Internacional de las Américas (UIA)
www.uia.edu.cr

Se tomo contacto con la UIA unica universidad de Costa Rica que cuenta con la carrera de Comercio Internacional con el fin de realizar un intercambio de experiencias con sus alumnos.

Con este fin, se realizo una clase conjunta que tuvo una duración aproximada de tres horas en la que los estudiantes costarricenses expusieron sobre las características del mercado local en materia de comercio exterior, la inserción laboral y la realidad de los jóvenes profesionales del área en este país.

Además de ello, vale la pena destacar que varios de estos estudiantes ya están trabajando en comercio exterior ya sea en empresas privadas o emprendimientos familiares, lo que fue de gran utilidad ya que algunos de ellos siguen en contacto con los jóvenes argentinos ya sea intercambiando información o evaluando la factibilidad de realizar negocios.

Promotora de Comercio Exterior de Costa Rica (Procomer)
www.procomer.com

La Promotora de Comercio Exterior es la institución oficial encargada de la promoción de exportaciones e inversiones de Costa Rica. Procomer facilita el acceso a los mercados internacionales a través de la provisión de servicios de información y asesoría comercial y de la búsqueda de oportunidades comerciales en los mercados de interés.

Entre los servicios de asistencia que presta Procomer a las empresas costarricenses podemos nombrar: participación en ferias internacionales, misiones comerciales de exportadores, misiones comerciales de compradores, semana de Costa Rica, visitas individuales, exhibición de productos de exportación, capacitación empresarial, administración de regímenes especiales, entre otros.

Los alumnos participaron de una conferencia brindada por las autoridades de Procomer que les permitió conocer las herramientas utilizadas por las empresas costarricenses en materia de comercio exterior así como también las modalidades de comercialización y logística utilizadas en dicho mercado.

*Cámara de Representantes de Casas Extranjeras, Distribuidores e
Importadores de Costa Rica (CreceX)
www.infoweb.co.cr/crecex*

CreceX es una asociación sin fines de lucro, cuya misión desde su fundación en 1952, es promover el comercio internacional. Dentro de la amplia gama de servicios que brinda esta institución podemos nombrar: realización de encuentros comerciales y misiones comerciales, información comercial, asesoría en materia de comercio exterior, capacitación, introducción y promoción de empresas extranjeras en el mercado costarricense.

La actividad realizada en CreceX tuvo como eje principal la evaluación de los productos por parte de los ejecutivos del área de Comercio Exterior así como también una charla en la cual los estudiantes pudieron conocer las características propias de los importadores y la comercialización de los productos de cada rubro.

- *México* -

Masair – Aduana de México

www.masair.com.mx

MasAir es una de las empresas de carga aérea líderes en el mercado dedicada al transporte de mercancías a los principales destinos de México y el mundo. El crecimiento experimentado por la empresa en los últimos años dió lugar a una nueva reformulación de sus objetivos, desarrollando nuevas oportunidades de negocio y estrategias comerciales, para cumplir con las exigencias de un mercado cada vez más competitivo.

MasAir cuenta con equipos, flota de aviones y una base de mantenimiento y operaciones propia lo que permite tener un completo control de sus operaciones. El objetivo de esta estrategia de comercialización es, básicamente, expandir su presencia a nivel internacional.

En la visita realizada a las instalaciones de MasAir, los alumnos pudieron apreciar las características propias de los circuitos de logística y distribución en México. Así como también, la operatoria frente a las autoridades aduaneras. Vale la pena destacar, que esta visita tuvo una duración aproximada de tres horas por el interés que despertó en los alumnos. Este tipo de experiencia es enriquecedora para estudiantes de comercio exterior ya que pueden ver en la práctica lo que se ilustra en la teoría y es particularmente importante compleja como lo es el transporte por su influencia en una operación de comercio internacional, tanto desde el punto de vista de la operación como de los costos.

Nacional Financiera S.A. (Nafin)

Nacional Financiera S.N.C, a través de su apoyo crediticio ofrece financiamiento en moneda extranjera a empresas mexicanas por conducto del sistema de intermediación financiera mediante instrumentos como: líneas globales de crédito a mediano y largo plazo, créditos específicos, cartas de crédito de importación y asesoría financiera.

Los servicios de Nacional Financiera, están orientados a facilitar la financiación y pre-financiación de exportaciones, como también la importación de bienes y servicios.

En esta entidad las autoridades de Nacional Financiera, dieron una charla sobre la implementación de sus instrumentos financieros y la utilización de los financiamientos bilaterales vigentes para la concreción de operaciones de comercio exterior entre empresas mexicanas y argentinas.

Cámara de Comercio Mexicano-Argentina (CCMA)

www.ccma.org.mx

La CCMA es una asociación civil sin fines de lucro fundada en 1947 por un grupo de distinguidos empresarios mexicanos y argentinos. Su principal objetivo es promover y fortalecer el intercambio comercial y los flujos de inversión entre México y la Argentina, así como favorecer las relaciones culturales y la cooperación tecnológica entre ambos países.

La Cámara brinda a los empresarios asociados una serie de servicios tendientes a facilitar y motivar los negocios entre México y la Argentina, destacando los siguientes: representatividad institucional ante las autoridades de México y Argentina, información comercial, organización de eventos, organización y participación en misiones comerciales, asesoramiento y promoción de cooperación tecnológica entre otros.

Asociación Nacional de Tiendas de Autoservicio y Departamentales

(ANTAD)

www.antad.org.mx

La Asociación Nacional de Tiendas de Autoservicio y Departamentales es una organización de servicio que promueve el desarrollo del comercio detallista y sus proveedores para satisfacer las necesidades del consumidor. Entre las actividades que desarrolla ANTAD se pueden mencionar: la promoción de la libre competencia leal y honesta, el fomento del intercambio de información y experiencias para mejorar la operación comercial, la eficiencia de la interpelación de los integrantes de la cadena distributiva y la capacitación, entre otras.

ANTAD es una de las asociaciones mas prestigiosas de México y esta conformada por 98 cadenas de las cuales 45 son de autoservicios, 21 departamentales y 32 especializadas, que representan a 4.930 establecimientos con más de 7.7 millones de metros cuadrados de piso de venta.

Las instituciones anteriormente mencionadas, en forma conjunta con el Consejo Mexicano de Comercio Exterior, organizaron una reunión de trabajo con los integrantes de la delegación, alumnos del ITESM y personal de la Embajada Argentina que se llevo a cabo en el Hotel Presidente Inter-Continental. En la misma, se abordaron temas como: “La comercialización de productos alimenticios y abarrotés”, a cargo del Subdirector de la ANTAD; “Restricciones fitosanitarias para alimentos”, por el Jefe de departamento de armonización y planes fitosanitarios y “El Acuerdo de Complementación Económica N°6, por el Presidente de la comisión bilateral México – Argentina”.

Carrefour S.A. de C.V.

www.carrefour.com

En 1975, Carrefour se instala en el continente americano con la apertura de su primer hipermercado en Brasil. Hoy, Carrefour está presente en 5 países de esta región. En México, Carrefour abrió su primera tienda en 1994 y hoy cuenta con 20 tiendas en todo el país, mientras que las proyecciones para el 2001 y 2002 tienen como objetivo la apertura del 15 tiendas más.

A través de la Embajada Argentina, se gestionó una reunión con el Gte. de Importaciones de Carrefour México. Asistieron a la misma todos los alumnos que representaban productos que básicamente podían ser vendidos en supermercados. El representante de Carrefour evaluó uno por uno los productos y brindó una explicación sobre hábitos de consumo y modalidades de compra del consumidor mexicano. También se realizó un recorrido por la tienda con el fin de comparar precios y conocer las características de los productos de la competencia tanto nacionales como importados.

Grupo Vitro

www.vto.com

Fundado en 1909 en Monterrey, México; Vitro cuenta con 12 coinversiones con empresas de clase mundial. A través de estas asociaciones, las subsidiarias de Vitro tienen acceso a mercados internacionales, canales de distribución y tecnología de punta. Vitro está presente en el Continente Americano a través de sus subsidiarias y centros de distribución en siete países. Además, exporta sus productos a más de 70 naciones. Actualmente, Grupo Vitro cotiza en la Bolsa Mexicana de Valores y en la Bolsa de Valores de Nueva York.

Las empresas de Vitro atienden diferentes mercados, entre los cuales se encuentran la industria de la construcción, sector automotriz, envases de vidrio para alimentos y bebidas, vinos y licores, cosméticos, industria farmacéutica, enseres domésticos, fibra de vidrio, envases de plástico y aluminio, así como artículos de vidrio para los sectores comercial, industrial y del consumidor final.

Las visitas realizadas a Vitro, Cervecería Cuauhtémoc Moctezuma, diario el Norte y Cemex tuvieron como objetivo principal conocer las características de empresas mexicanas de primera línea, que en su mayoría –excepto el diario- basaron su estrategia de crecimiento en el desarrollo del comercio exterior, factor que les permitió convertirse en empresas multinacionales.

La actividad desarrollada en cada una de ellas, consistió en una charla con ejecutivos de la empresa en donde se dio una breve introducción de la historia de la compañía además de profundizar en temas como estrategias de expansión, política de comercio exterior, y principalmente características del mercado latinoamericano; entre otros.

Cementos Mexicanos (CEMEX)

www.cemex.com

CEMEX es la compañía cementera más grande del Continente Americano y una de las tres principales en el mundo. CEMEX produce, distribuye y vende cemento, concreto premezclado y clínker a través de subsidiarias en cuatro continentes. CEMEX cuenta con 55 plantas de cemento, 39 terminales marítimas, 133 centros de distribución terrestres y 20.902 empleados. Es el mayor comercializador de cemento en el mundo, habiendo transportado y vendido más de 13 millones de toneladas métricas, con \$4.828 millones de dólares en ventas netas.

La estrategia de CEMEX es fortalecer el negocio base de cemento y concreto en los mercados internacionales que atiende. La compañía se concentra en mercados en desarrollo de fuerte crecimiento y altamente rentables, en los que las necesidades de vivienda, carreteras e infraestructura, generalmente, es mayor: CEMEX mantiene un elevado crecimiento a través de la aplicación de su flujo de efectivo libre en inversiones selectas que contribuyen a su diversificación geográfica, lo que le permitió mantener una tasa compuesta de crecimiento anual de dos dígitos en su flujo de operación durante los últimos 10 años.

Banco Nacional de Comercio Exterior (Bancomext)

www.bancomext.com

Bancomext es el instrumento del Gobierno Mexicano cuya misión consiste en incrementar la competitividad de las empresas mexicanas, primordialmente las pequeñas y

medianas, vinculadas directa e indirectamente con la exportación y/o la sustitución eficiente de importaciones, otorgando un apoyo integral a través de servicios de calidad en capacitación, información, asesoría, coordinación de proyectos y financiamiento.

Vale la pena destacar que Bancomext es uno de los organismos mas reconocidos a nivel latinoamericano en materia de promoción de exportaciones.

A partir de la vinculación establecida con los representantes de Bancomext en nuestro país por las distintas actividades que hemos realizado con su colaboración como los Viajes de Práctica Profesional y la recepción de estudiantes mexicanos en nuestro país, esta entidad ha tomado como pasantes rentados a alumnos de la Escuela. Actualmente dos alumnas se encuentra trabajando como asistentes en el área de promoción comercial.

Cámara de la Industria de Transformación de Nuevo León (CAINTRA)

www.caintra.org.mx

La Cámara de la Industria de Transformación de Nuevo León (CAINTRA), fue fundada el 26 de Febrero de 1944, por 26 empresarios regiomontanos. CAINTRA tiene como misión lograr un ambiente que promueva el desarrollo industrial, identificando áreas de oportunidad y diseñando proyectos que agreguen valor a las actividades productivas de nuestros afiliados.

CAINTRA es utilizada como enlace y representación entre el sector empresarial y el gobierno en todos sus niveles, y empresas de servicios; y entre los servicios más importantes podemos mencionar: programas de capacitación permanente para la formación

empresarial, asesoría en cuestiones y estrategias fiscales y contables, promoción de proyectos de mejora de infraestructura, es la sede de diversos comités y grupos de trabajo, entre otros.

En la sede de CAINTRA se realizó una charla con las autoridades de la Cámara en la que se les brindó a los estudiantes una visión de las empresas en el estado de Nueva León, uno de los mas importantes del país a nivel industrial. A través del contacto establecido con las autoridades de CAINTRA quedo abierta la posibilidad de realizar futuras pasantías.

Centro Internacional de Negocios Monterrey, A.C. (CINTERMEX)

En CINTERMEX se encuentran reunidas mas de 17 ramas de la industria y el comercio en más de 150 negocios permanentes, que ofrecen todos los servicios necesarios para realizar un negocio.

Existen tres conceptos englobados en CINTERMEX: El Centro de Convenciones, el Centro de Exposiciones y el Centro de Negocios Permanentes. Esto representa una gran oportunidad para que el visitante haga negocios, ya que permite que mientras participa en un congreso o convención, visite también una feria y contacte a las principales empresas mexicanas que tienen oficinas dentro del Centro, todo esto bajo un mismo techo. Mas de 1.300.000 personas al año acuden al más importante Centro de Negocios de México. Su funcionalidad, la calidad de sus instalaciones y los servicios que ofrece, le han dado un gran prestigio a nivel internacional.

Se realizó una visita a las instalaciones de CAINTRA sede de la Cámara de la Industria de Transformación de Nuevo León

Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey (ITESM)

www.tecdemonterrey.edu.mx.

El Tec de Monterrey tiene 29 campus en el territorio mexicano y 9 sedes en otros países de Latinoamérica. Ofrece en ellos preparatoria internacional, bilingüe y bicultural; 34 carreras profesionales, 51 maestrías y 8 doctorados. Además de ello, tienen convenio con más de 250 universidades en países de Norteamérica, Sudamérica, Europa, Asia y Oceanía.

El Tec apunta a una formación integral como persona, gracias al modelo único de enseñanza-aprendizaje que además del conocimiento ayuda al estudiante a desarrollar habilidades, actitudes y valores para constituir a sus egresados en verdaderos agentes de cambio de su comunidad. Esta formación no se logra sólo en el salón de clase sino con las numerosas actividades deportivas, culturales, estudiantiles y de apoyo a la comunidad en las que se puede participar.

El Instituto ha desarrollado su Universidad Virtual para ampliar el alcance de sus cursos en México y toda Latinoamérica. Además de llevar la educación a nuevos lugares sin importar las limitaciones geográficas. De esta manera el TEC de Monterrey logra que prestigiosos profesores nacionales e internacionales enriquezcan cada uno de los diplomados, programas de maestrías y profesional gracias a la gran cobertura que ofrece la UV.

ALUMNOS Y EMPRESAS REPRESENTADAS

Fernando Ares
(6° semestre T.Noche)

Empresa: **Bugatti GNC S.A.**
Productos: Equipos de gas natural comprimido para autos

Empresa: **Bustamante e Hijos S.A.**
Productos: Equipos de gas natural comprimido para autos

Federico Kertzman
(6° semestre T.Noche)

Empresa: **Gregorutti y Asociados**
Productos: Artefactos de pesaje, balanzas para trabajos industriales

Empresa: **Grupo Industrial Argentino de Productos Eléctricos (GIAP)**
Productos: Productos de Electricidad e Iluminación

Empresa: **Veterinaria Lumai S.R.L.**
Productos: Productos veterinarios para animales grandes y pequeños

Empresa: **Mr. Hueso**
Productos: Accesorios para veterinarias

Eduardo Achaval
(6° Semestre T. Noche)

Empresa: **Primore S.R.L.**
Productos: Legumbres y productos disecados

Empresa: **Aplika S.A.**
Productos: Artículos para uso terapéutico

Santiago Fernández Sáenz
(6° Semestre T. Noche)

Empresa: **Villena S.A.**
Productos: Artículos de marroquinería

Empresa: **Bodegas López**
Productos: Vinos finos

Verónica Brusco
(5° semestre T. Noche)

Empresa: **Chammas**
Producto: Alfajores

Empresa: **Corning S.A.**
Productos: Cables de Fibra Optica

Empresa: **Vieira Argentina S.A.**
Productos: Pescados

Empresa: **Covre S.A.**
Productos: Productos de electricidad

Empresa: **Siemens S.A.**
Productos: Identificador de llamadas

Daniel Lucich
(5° semestre T. Noche)

Empresa: **Laboratorios de Cosmética Avanzada – LACA. S.R.L**
Productos: Artículos de belleza para uso profesional

Pablo Taján
(5° semestre T. Noche)

Empresa: **Grupo Exportador de Elementos para el Deporte.**
Productos: Artículos deportivos y de camping.

Gustavo Navone
(5° semestre T. Noche)

Empresa: **Famav S.A.**
Productos: Molinos elevadores de líquidos, tanques australianos y bebederos

Empresa: **Pinoplas S.A.**
Productos: Tubos rígidos de cloruro de vinilo y accesorios de PVC

Empresa: **Caipe S.A.**
Productos: Sistemas de automatización

Empresa: **Mezclas Industriales S.A.**
Productos: Polietileno y polipropileno

Gastón Ale
(5° semestre T. Noche)

Empresa: **Viniterra S.A.**
Producto: Vino fino embotellados

Empresa: **San Juan de Olivos S.A.**
Productos: Aceite de oliva y aceitunas en salmuera

Empresa: **Gazzotto López & CIA**
Productos: Mangueras corrugadas y cajas de herramientas.

María Silvia Zipilivan
(1° semestre T. Mañana)

Empresa: **Siscom de Argentina S.A.**
Productos: Artículos de belleza y tocador

Empresa: **Heyday S.A.**
Productos: Calzado deportivo para niños

Empresa: **Comodex S.A.**
Productos: Pañales para niños y adultos

Eduardo Bojanich
(C.I.C.E. Fundación Tucumán)

Empresa: **Frigorífico Bermejo S.A.**
Productos: Carne bobina congelada y refrigerada

María Cristina Elías
(C.I.C.E. Fundación Tucumán)

Empresa: **Cooperativa de Productores de Salta**
Productos: Porotos

Alicia Delgado
(C.I.C.E)

Empresa: **Laboratorio Incaico S.A.**
Productos: Hierbas medicinales para uso fitoterapéutico.