



**ProChile**  
MINISTERIO DE RELACIONES EXTERIORES

**50**  
AÑOS

HACIENDO  
NEGOCIOS  
CON EL MUNDO

# Claves para hacer negocios con **Argentina | 2024**

Oficina Comercial de ProChile en Buenos Aires  
y Representación Comercial en Mendoza

ProChile - Todos los derechos reservados

Marzo 2024

## 1. Características del empresario en el mercado actual

En Argentina existen alrededor de 856 mil empresas en total. De éstas, el 83% es microempresa, el 16,8% es pequeña y mediana empresa (PYME), y solo el 0,2% corresponde a grandes compañías. Las empresas con hasta 200 empleados representan aproximadamente el 66% del empleo formal privado del país. Durante la última década, las empresas exportadoras se cifran en un promedio anual de alrededor de 10 mil.

A pesar de los desafíos recurrentes que enfrenta la economía del país, los empresarios argentinos suelen mantener un optimismo notable en sus proyecciones, en comparación con sus homólogos en otros países. En medio de un entorno caracterizado por dificultades evidentes, se esfuerzan por avanzar con adaptabilidad y resiliencia, obteniendo resultados incluso en circunstancias adversas.

En líneas generales, existe un considerable interés en establecer relaciones comerciales con Chile, y los productos y servicios chilenos son ampliamente valorados en diversos sectores. Además, se observa la presencia sólida de empresas y marcas chilenas que se han mantenido presentes en el mercado durante décadas.

Además de las relaciones comerciales, muchos empresarios argentinos mantienen vínculos con Chile a través de redes profesionales o sectoriales, existiendo agrupaciones de fomento como cámaras empresariales binacionales que fortalecen estos lazos.

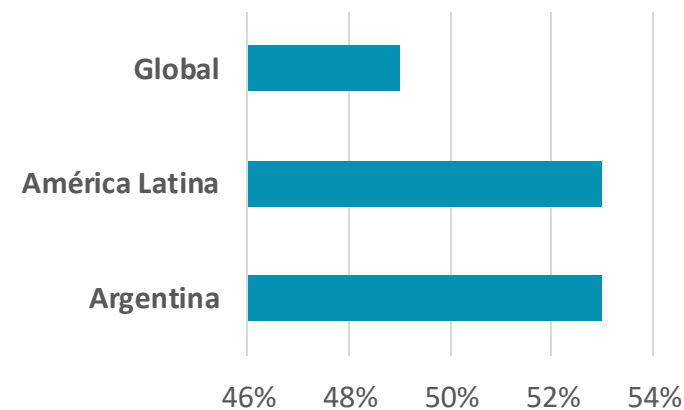
Al mismo tiempo, resulta significativo el interés de las y los empresarios argentinos en establecer sucursales, oficinas o representaciones en Chile, así como de aquellos argentinos que consideran la posibilidad de emprender proyectos en nuestro país. Frecuentemente muestran interés en explorar alianzas empresariales o "joint-ventures" con contrapartes chilenas.

En la actualidad, se estima que aproximadamente la mitad de los empresarios PYME tienen más de 60 años, lo que sugiere un significativo proceso de recambio que ya está en marcha. En el caso de las empresas con capitales chilenos operando en el mercado, una primera generación de gerentes y directivos chilenos ha sido reemplazada por la actual generación de líderes argentinos.

### Perspectivas de crecimiento a 3 años

¿Qué tan confiado está sobre las perspectivas de crecimiento de los ingresos de su empresa en los próximos tres años?

(Porcentaje de empresarios encuestados que respondieron estar muy confiados y extremadamente confiados)



Fuente: 27° Encuesta Anual Global a CEOs (2024). PwC Argentina

Foto: Encuentro Bilateral de Mujeres Líderes (2022)



Como muestra del interés de las y los empresarios argentinos por hacer negocios con Chile, podemos señalar que Argentina es uno de los principales países de origen de los proyectos de atracción de inversiones extranjeras (asesorados por la agencia InvestChile del Ministerio de Economía) y que al mismo tiempo tiene una participación destacada entre los proyectos concursados y adjudicados por el programa gubernamental para fomentar startups (Start-Up Chile de la Corporación de Fomento de la Producción, CORFO).

## ¿Cuáles son las principales entidades empresarias?

Principales cámaras de comercio bilaterales:

- [Cámara de Comercio Chileno Argentina](#)
- [Cámara de Comercio Argentino Chilena](#) (CCACH)

Algunas de las principales asociaciones y cámaras son:

- [Asociación de Importadores y Exportadores](#) (AIERA)
- [Asociación Empresaria Argentina](#) (AEA)
- [Cámara Argentina de Comercio y Servicios](#) (CAC)
- [Cámara de Industrias Electrónicas, Electromecánicas y Luminotécnicas](#) (CADIEEL)
- [Cámara de Importadores](#) (CIRA)
- [Confederación Argentina de la Mediana Empresa](#) (CAME)
- [Sociedad Rural Argentina](#) (SRA)
- [Unión Industrial Argentina](#) (UIA)

## ¿Cómo mantenerse actualizado?



[Relevamiento de expectativas del mercado](#) del Banco Central de la República Argentina (BCRA)



[¿Quién es quién en Argentina?](#)  
Anuario de negocios de Diario El Cronista



[Información sobre la estructura productiva](#), Ministerio de Economía



[Listado completo de cámaras empresarias](#), Ministerio del Trabajo



Informes propios de la [Fundación Observatorio PYME](#)

## 2. Características del consumidor local

El escenario socioeconómico argentino actual está marcado por desafíos significativos, especialmente una inflación elevada que ha tenido impacto directo en los hábitos de gasto de la mayor parte de los consumidores. En este contexto, se estima que solo aproximadamente un tercio de los hogares con mayores ingresos logra superar los gastos esenciales de la canasta básica. Los sectores de más bajos ingresos están reduciendo drásticamente sus gastos, mientras que aquellos con recursos más amplios muestran una tendencia hacia el consumo inmediato, evitando postergar las decisiones de compra debido al temor a las continuas alzas de precios.

Relacionado con lo anterior, ha surgido un consumidor más crítico y consciente de sus elecciones de compra: *“En síntesis, es un consumidor más exigente, más informado, más demandante, pero con menos presupuesto y con menos paciencia también”* (Consultora Youniversal). Antes de adquirir un producto, las y los consumidores comparan y analizan múltiples alternativas, realizan cotizaciones previas e incluso pueden mantener un registro de sus gastos para optimizar su capacidad adquisitiva. Las promociones y descuentos se han convertido en motores clave para estimular las ventas.

En la categoría de consumidores de mayores ingresos, emerge una creciente preocupación por el bienestar, lo que abre oportunidades para marcas relacionadas con la salud y el ocio. La demanda de productos saludables, como frutas y verduras, se mantiene e incluso aumenta en algunos casos, y ello a pesar de que los precios hayan aumentado.

De manera sintética, se señala que *“el gran desafío para las marcas es pensar la estrategia más adecuada a cada consumidor para no ceder espacio ni relevancia en el hogar, sin perder de vista el rol clave que juegan los canales de compra”* (Consultora Kantar).

Las principales ciudades argentinas, como Buenos Aires, Córdoba y Rosario, se encuentran profundamente inmersas en el flujo global de comercio, consumo e influencias, reflejando las tendencias generales observadas en consumidores de todo el mundo. En los últimos años, éstos han manifestado un creciente interés por la sostenibilidad de las marcas y sus procesos de producción, así como por la optimización de los canales de venta, especialmente a través del comercio electrónico y la comunicación a través de las redes sociales de internet.



Foto: Networking de la Feria Internacional de Turismo (2023)

En cuanto a los métodos de pago, aunque el efectivo sigue siendo el medio principal, las tarjetas de débito ganan terreno de manera constante.

En el segundo trimestre de 2023, según datos más recientes disponibles, las tarjetas de débito representaron el 28% de la estructura del gasto familiar (sube 9% respecto a 2020) y 5 de cada 10 hogares pagaron sus compras de consumo masivo con este tipo de tarjeta. Las promociones y beneficios ofrecidos por las tarjetas son las que parecen impulsar esta tendencia.

### ***¿Cómo mantenerse actualizado sobre las tendencias de los consumidores?***

Consultando información de consultoras especializadas, como:

- [Artículos e informes sobre Argentina](#), consultora Kantar
- [Observatorio de Tendencias](#), consultora Trendsity
- [Prensa](#), consultora W
- [Tendencias](#), consultora Youniversal

Consultando otros indicadores como:

- [Índice de Precios al Consumidor](#), Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INDEC)
- [Índice de Confianza del Consumidor](#), Universidad Torcuato Di Tella
- [Cotización del dólar actualizada](#), Diario El Cronista

### ***Consumidores argentinos***



Analíticos y conscientes de sus elecciones



Exigentes, demandantes e informados



Con menos presupuesto y menos paciencia



Evitan postergar decisiones de compra



Argentina: mayor inflación mundial en 2023

### 3. Estrategias de negociación efectivas

La percepción de Chile en este mercado es muy positiva, destacándose el profesionalismo y la confiabilidad, valorando también la experiencia del país en materia de exportaciones. Para negociar en este entorno, es esencial:

- Resaltar las características distintivas de sus productos o servicios en comparación con la competencia.
- Al momento de presentar las propuestas, se recomienda el principio de "menos es más", promoviendo los productos y ofertas de manera concisa y atractiva, centrándonos en lo que resulte útil a nuestras contrapartes argentinas.
- La información y transparencia en cuanto a precios, plazos y condiciones de la oferta es crucial, especialmente en momentos de restricciones y regulaciones complejas. Esto proporcionará seguridad tanto a empresarios locales como chilenos, otorgando seriedad y formalidad.

De manera general, no se suelen tomar decisiones comerciales importantes en la primera reunión, por lo que es fundamental mantener expectativas realistas y ser pacientes. Las negociaciones pueden llevar tiempo, y es común detallar los aspectos previamente incluso en acuerdos escritos. En algunas ocasiones, incluso se pueden requerir negociaciones adicionales.

Las y los empresarios argentinos suelen ser accesibles y relajados en sus enfoques. Para negociar con éxito, se recomienda adoptar un enfoque moderado en lugar de ser agresivo. Deben evitarse tácticas de presión, pero al mismo tiempo, no dudar en expresar y defender las opiniones propias. También es aconsejable no emitir juicios categóricos sobre temas políticos (en especial en contextos de polarización como el actual), económicos o valores culturales. La empatía es una estrategia mucho más efectiva, dado que las y los argentinos suelen ser apasionados al expresar sus argumentos, y es importante mostrar tolerancia hacia ello.

Cuando se trata de hacer negocios con empresas de tamaño micro o pequeñas, es ideal comunicarse directamente con la gerencia o los propietarios. En empresas medianas, existen profesionales dedicados al desarrollo de nuevos negocios o productos. En las grandes empresas, hay jefes de compras especializados en tipos de productos, y también hay equipos de ejecutivos designados para esta función.

Las oportunidades para establecer contacto son variadas, incluyendo comunicación espontánea por correo electrónico o teléfono, reuniones presenciales o virtuales, así como la participación en eventos como ferias, rondas de negocios, eventos de "networking", visitas técnicas, entre otros.

Es importante destacar que ProChile lleva a cabo actividades permanentes en Argentina para facilitar oportunidades de promoción y negociación, a las que tienen acceso las y los exportadores chilenos. En ese sentido, contamos con un equipo de profesionales en Buenos Aires y Mendoza que está dispuesto para responder a consultas y solicitudes de empresas interesadas.

## 4. Acceso y adaptación al mercado local

Para las empresas exportadoras que trabajan con ProChile, contar con este apoyo puede hacer la diferencia a la hora de realizar contactos comerciales o de negocios, pues así se entrega un mensaje de seguridad al potencial importador o socio, en el sentido que la oferta es conocida y promovida por una institución oficial.

### Exportar a Argentina

Si bien en Argentina la estrategia comercial se centra (principalmente) en la competencia de precios, es fundamental enfocarse en la diferenciación del producto a través del formato, la calidad, el diseño y la exclusividad. Si es posible, también se deben considerar servicios adicionales que añadan un mayor valor al bien o servicio, permitiendo así una competencia más efectiva en el mercado.

Especialmente desde finales de 2022, muchas empresas argentinas importadoras se vieron enfrentadas a una situación compleja, debido a las restricciones y medidas dispuestas para el acceso al mercado de divisas (dólares) en Argentina.

A partir de la elección del presidente Milei hacia fines de 2023, el nuevo gobierno se ha propuesto simplificar y reducir las condiciones para la operatoria del comercio exterior.

Dado que estas regulaciones están en constante cambio, se recomienda tomar contacto con la oficina de ProChile en Argentina, para obtener información actualizada y asistencia sobre trámites y eventuales restricciones o condiciones.

Los cambios significativos implementados para 2024 en el sistema de importaciones, sustituyen el régimen del anteriormente conocido como "SIRA", por un sistema que se plantea transparente y no discrecional. Una resolución conjunta de la Secretaría de Comercio y la AFIP ([ver link](#)) establece la implementación del Sistema Estadístico de Importaciones (SEDI), destinado a requerir información anticipada para la gestión aduanera.

A estos cambios, se añade un aumento provisorio del impuesto PAIS (Impuesto Para una Argentina Inclusiva y Solidaria), que afecta a las importaciones. A partir del 13/12/23, el impuesto PAIS aplicado a bienes sube de 7,5% a 17,5%, y en el caso de Servicios continúa en 25%. Se consideran ciertas excepciones para productos médicos e insumos de cadenas de valor.

En relación a la deuda comercial acumulada (hasta diciembre de 2023) por las empresas argentinas con proveedores del exterior, se plantea la introducción del Bono para la Reconstrucción de una Argentina Libre (BOPREAL series 1, 2 y 3) como una opción para los importadores con deuda.

### *¿Cuáles son los plazos de pago de las importaciones?*

Según establece la Comunicación "A" 7917 del Banco Central de la República Argentina, las importaciones de bienes realizadas por las empresas argentinas (desde el 13/12/23 en adelante) prevén como generalidad, el pago de las operaciones en 4 partes iguales y consecutivas, a los 30, 60, 90 y 120 días, a la vez que fija algunas excepciones (sector energético y salud).

Más información:  
[Comunicación BCRA "A" 7917](#)

## Socio o “partner” local

Por diversas razones, algunas de ellas relacionadas con regulaciones recientes, muchas empresas argentinas están favoreciendo o requiriendo facturación local para las contrataciones de servicios (incluidos los de origen extranjero). Esto ha sido observado en áreas como publicidad, audiovisual, *software* y capacitación, entre otras. En este contexto, una opción interesante es considerar un socio local que represente o complemente la oferta, lo que permita facturar en el país de destino. Esta modalidad ofrece ventajas, especialmente cuando se trata de empresas argentinas que ya cuentan con experiencia e inserción en el mercado. Para empresas nuevas o de reciente creación, la situación puede ser más incierta, aunque la debida diligencia (incluida la indagación en los antecedentes de la contraparte) puede fomentar que los negocios prosperen.

En la experiencia de ProChile, la figura del socio o *partner* local puede ser valiosa para las operaciones comerciales, siempre que se elija adecuadamente. La clave, en última instancia, radica en perfilar cuidadosamente a las empresas para identificar sus intereses comunes.

## Crear una empresa o invertir en Argentina

En términos de inversiones, los tipos de negocios más comunes para extranjeros no residentes y empresas extranjeras son las Sociedades Anónimas (SA), las Sociedades por Acciones Simplificadas (SAS), las Sociedades Anónimas Unipersonales (SAU), las Sociedades de Responsabilidad Limitada (SRL) y las sucursales locales de las empresas.

Es fundamental señalar que, en el contexto actual de restricción externa de la economía argentina, pueden existir grandes dificultades para la repatriación de las utilidades.

En materia de acuerdos, Argentina y Chile firmaron en 2017 un instrumento que permite evitar la doble tributación, lo que remedia que se grave dos veces (con el mismo impuesto) la renta generada en cualquiera de los dos países.

Argentina no impone restricciones especiales a las inversiones extranjeras, a excepción de algunas áreas sensibles como telecomunicaciones, defensa, petróleo y gas. Las compañías extranjeras pueden poseer acciones en empresas argentinas, asociarse con ellas o establecer sus propias oficinas o representaciones, siempre que estas operaciones se registren en el Registro Público de Comercio. Los inversores extranjeros y sus inversiones están protegidos en Argentina por la Ley Federal de Inversiones Extranjeras (número 21.382).

### ***¿Cómo consultar información sobre una empresa argentina?***

Puede consultar el [Sistema de Antecedentes Comerciales \(SAC\)](#) que elabora la Consultora Nosis (costo aproximado \$10 dólares).






Para registrar una sociedad comercial en Argentina, es necesario llevar a cabo unos 10 trámites diferentes que involucran a la administración gubernamental, abogados y escribanías (notarías), entre otros, trámites que suelen llevar un promedio de 24 días en total. Dada la complejidad y duración de estos procedimientos, la estrategia más efectiva es contar con la orientación debida, sea a través de la representación de ProChile en Argentina, o bien a través de servicios de consultoría y asesoría denominados “*soft landing*”, que puedan guiar y agilizar el proceso de inserción.



## 5. Protocolo en reuniones de negocios

Cada encuentro varía, ya sea por el contexto en el que se desarrolla (virtual, presencial en oficinas, almuerzo, cena, ronda de negocios, etc.) o por el interlocutor involucrado (por ejemplo, los sectores de servicios financieros y las industrias culturales presentan notables diferencias). A pesar de las diferencias, existen ciertos aspectos fundamentales que se aplican de manera uniforme y se recomienda tener en cuenta:

- Por lo general, se programan las reuniones con al menos una semana de antelación, y es aconsejable confirmarlas dos días antes. La puntualidad es altamente valorada en contextos de negocios, aunque en eventos sociales es común comenzar con cierto retraso.
- No se siguen protocolos estrictos de etiqueta. En sectores específicos, como el mundo corporativo, las finanzas y los servicios bancarios, se mantienen algunas formalidades, como el uso de traje y corbata (en el caso de los hombres) en todas las circunstancias.
- Es común utilizar un trato informal, incluso dirigiéndose de manera cercana, "tuteándose" con facilidad. En Argentina las personas suelen usar solo un apellido.
- Las tarjetas de presentación suelen intercambiarse al comienzo de las reuniones, al momento de las presentaciones.
- Las reuniones por lo general empiezan con una breve conversación sobre algún tema del orden del día que no está relacionado con los negocios. Se recomienda evitar temas como política o relaciones internacionales, y ante todo mostrar tolerancia, empatía y buen humor.

-  Programar reuniones con mínimo una semana de antelación
-  En general no hay protocolos estrictos de etiqueta
-  Mucha puntualidad en reuniones, poca en eventos sociales
-  En Argentina las personas suelen usar solo un apellido
-  Se intercambian tarjetas al inicio de la reunión

## 6. Tendencias y tecnologías emergentes en negocios

En Argentina existe una penetración de internet del 91%. El país posee una extensa red de empresas dedicadas a la investigación y desarrollo (I+D), que según cifras oficiales son más de mil.

El país ha experimentado un profundo cambio en consonancia con las transformaciones globales, aceleradas por la pandemia. Esto se tradujo en una adopción masiva y un crecimiento sin precedentes en tecnologías como la banca digital, el comercio electrónico, aplicaciones móviles, plataformas de contenido informativo y cultural, deportes electrónicos, y educación en línea, por mencionar solo algunas de las más destacadas.

Argentina es el país de origen de una generación de empresas denominadas "unicornios", principalmente tecnológicas como MercadoLibre, Globant y Despegar.com, entre otras empresas, que actualmente se cifran en más de una decena.

En 2023 y según un estudio presentado por Microsoft Argentina, el 80% de las empresas se declaró transitando actualmente un proceso de transformación digital. Entre los principales desafíos que identifican en ese ámbito, señalan la ciberseguridad (41%), las tecnologías para incrementar el volumen de ventas (31%), la conexión y adquisición de nuevos clientes (23%), así como la adopción e incorporación de nueva tecnología, junto con la incorporación y fidelización del talento y el aumento de la eficiencia del negocio (todos con 21%).

**80%**  
de las empresas argentinas se encuentran en proceso de transformación digital

**25%**  
del presupuesto de tecnología de las empresas argentinas se destina a ciberseguridad

**+1.000**  
empresas argentinas se dedican a investigación y desarrollo (I+D)

A nivel general sobre la adopción de tecnología entre las empresas, se puede señalar que aquellas de mayor envergadura cuentan con sistemas destinados a gestionar la atención al cliente y la omnicanalidad, así como para administrar sus recursos humanos y supervisar el abastecimiento y la logística, entre otros aspectos. Por su parte, la mayoría de las pequeñas y medianas empresas argentinas hacen uso de sistemas informáticos de tipo ERP, los cuales les permiten centralizar sus operaciones fundamentales, como producción, contabilidad, ventas y, en algunos casos, cuestiones relacionadas con el comercio internacional.

Según datos de *Reuters Institute*, las redes sociales y aplicaciones de mensajería más usadas en Argentina son: WhatsApp (78%), Facebook (70%), YouTube (68%), Instagram (61%) y TikTok (27%). En 2023, los dos medios online más consumidos son: Infobae (38%) y Todo Noticias (10%).

En materia de compras públicas, existen al menos dos plataformas tecnológicas relevantes: el Portal de Compras Públicas y la Oficina Nacional de Contrataciones. Vale recordar que las empresas chilenas tienen “trato nacional” en materia de compras públicas del Gobierno Nacional, en las condiciones que prescribe el acuerdo comercial vigente.

Según los datos disponibles sobre 2023 (primer semestre), el comercio electrónico registró un 125% más de facturación, siendo las siguientes categorías aquellas con más unidades vendidas: alimentos y bebidas; hogar, muebles y jardín; herramientas y construcción; cuidado personal; y línea blanca. Este crecimiento se relaciona con la inclusión financiera de consumidores de estratos sociales más desfavorecidos y a la aparición de nuevos métodos de pago, como billeteras virtuales y cuentas inclusivas en bancos estatales.

# 125%

creció el comercio electrónico en  
Argentina durante el 1° semestre de  
2023

### ¿Cómo mantenerse actualizado?

[Observatorio de la Economía del Conocimiento](#)

Ministerio de Economía

[Red Argentina IT](#)

Red de Internacionalización de Empresas Argentinas de Software y Servicios Informáticos

Medios de comunicación sobre nuevas tecnologías:

- [Canal-AR](#)
- [Infotechnology](#)



## 7. Información clave del mercado

- Argentina es el segundo destino de la inversión extranjera directa de Chile, siendo receptora del 16,6% del total invertido por capitales chilenos en el mundo (alcanzando un monto de USD 22.512 millones). Ello se refleja en la diversificada estructura sectorial de las inversiones realizadas en Argentina (servicios, alimentos y bebidas, metalmecánica y metalurgia, industria química, energía, forestal y sector minero), lo que tiene un impacto positivo en el empleo, aunque no está exenta de dificultades, especialmente en relación con los vaivenes de la economía argentina.
- Más de 400 empresas chilenas desarrollan más de 700 diferentes proyectos de inversión a lo largo de todo el territorio argentino. Esta inversión ha crecido más de 30 veces en los últimos 30 años.
- En particular el año 2023 estuvo afectado por una fuerte sequía, que impuso severas condiciones al campo y sector agropecuario, junto con una menor recaudación fiscal. En un ciclo más largo, Argentina atraviesa por dificultades como una elevada pobreza, restricción externa y escasez de divisas, junto con una muy alta inflación (211,4% en 2023).
- Entre los envíos chilenos de 2023, los productos con mayor participación enfrentaron distintos escenarios en Argentina. Algunos experimentaron alzas interanuales, como los servicios, los productos de hierro y acero, asimismo las cartulinas (con crecimientos de 87,4%, 80,5% y 28,5%, respectivamente). Por otra parte, productos relevantes de nuestra canasta experimentaron disminución interanual en sus envíos hacia Argentina, como los casos del alambre de cobre, los salmones y las truchas así también las paltas frescas (con bajas de -19,3%, -39,8% y -11,2%, respectivamente) (fuente: ProChile).

- En el tradicional desayuno de trabajo con empresarios que realiza la oficina de ProChile en Argentina, en la edición de 2023 se contó con la exposición de Marcelo Elizondo, destacado especialista en negocios internacionales, quién sostuvo que las mayores oportunidades en Argentina se concentran en el conjunto de la economía del conocimiento, en la bioeconomía, en el yacimiento de “Vaca Muerta” (Neuquén) y en los proyectos de minería del Litio y Cobre.
- En cuanto al Acuerdo Comercial vigente entre Chile y Argentina, la Comisión Administradora Bilateral definió un plan de trabajo para el periodo 2023-2024 centrado en materias de compras públicas y pequeñas y medianas empresas (PYMES). En años recientes se avanzó en la implementación del acuerdo de reconocimiento mutuo de certificados de firma digital y se ratificó la disposición para continuar estimulando los encadenamientos productivos entre ambos países y la inserción conjunta en las cadenas globales de valor. Ha existido coincidencia bilateral en el potencial de sectores como alimentos, servicios y equipamiento para la minería, productos médicos e insumos hospitalarios.
- Entre las instituciones de educación superior chilenas y argentinas existe una vinculación permanente, que ha dado forma a un sinnúmero de convenios firmados de forma directa entre las universidades, para objetivos como: desarrollo conjunto de programas de estudio, intercambio estudiantil y académico, reconocimiento de créditos, entre otros.
- En el caso de las producciones audiovisuales, los encadenamientos entre empresas chilenas y argentinas son una realidad, existiendo numerosos casos de exitosas coproducciones en cine y también en publicidad. Las oportunidades se observan principalmente en la coproducción y postproducción audiovisual, dado que Argentina se ha consolidado como un mercado referente en materia audiovisual, logrando una sólida posición global que sugiere potencial para aumentar las producciones conjuntas. Ello además de la existencia de un acuerdo de coproducción audiovisual entre ambos países (suscrito en 1994).
- En 2023, Santiago de Chile fue invitada como "Ciudad de Honor" en la Feria Internacional del Libro de Buenos Aires, siendo la protagonista del evento con una nutrida programación. Esta iniciativa fue realizada de manera coordinada entre ProChile, la Fundación El Libro, los Ministerios de Cultura de la Nación Argentina y Ciudad de Buenos Aires, el Ministerio de Cultura Artes y Patrimonio (MINCAP) de Chile, el Gobierno Regional de Santiago y la Embajada de Chile en Argentina, junto a otras instituciones.

### ***¿Cuáles son las redes sociales de ProChile en Argentina?***

- LinkedIn: [ProChile-Argentina](#)
- Instagram: [ProChileAr](#)
- Twitter: [ProChile\\_Ar](#)

## 8. Eventos y Ferias comerciales importantes

EVENTO O FERIA	SECTOR	FECHA	WEB
EXPOAGRO	Agroindustria	Del 5 al 8 de marzo, 2024	<a href="#">enlace</a>
LA RURAL	Agroindustria	Del 18 al 28 de julio, 2024	<a href="#">enlace</a>
ARTEBA	Industrias creativas	Del 30 de agosto al 1 de septiembre, 2024	<a href="#">enlace</a>
BAFICI	Industrias creativas	Del 17 al 28 de abril, 2024	<a href="#">enlace</a>
FERIA INTERNACIONAL DEL LIBRO	Industrias creativas	Del 25 de abril al 13 de mayo, 2024	<a href="#">enlace</a>
FERIA PURO DISEÑO	Industrias creativas	Septiembre 2024	<a href="#">enlace</a>

EVENTO O FERIA	SECTOR	FECHA	WEB
EXPO LOGISTI-K	Logística y embalaje	Del 13 al 15 de agosto, 2024	<a href="#">enlace</a>
EXPO ENVASE	Logística y embalaje	Octubre 2024	<a href="#">enlace</a>
BIEL, LIGHT + BUILDING	Manufacturas	2025	<a href="#">enlace</a>
ARMINERA	Minería	Del 20 al 22 de mayo, 2025	<a href="#">enlace</a>
SAN JUAN FACTOR DE DESARROLLO DE LA MINERÍA	Minería	Del 21 al 23 de mayo, 2024	<a href="#">enlace</a>
FITECMA	Silvicultura	2025	<a href="#">enlace</a>
FERIA INTERNACIONAL DE TURISMO DE BUENOS AIRES	Turismo	Del 28 de septiembre al 1 de octubre, 2024	<a href="#">enlace</a>

## 9. Anexos

### Principales centros urbanos

- Gran Buenos Aires (área con 24 municipios): 11.019.708 hab.
- Ciudad de Buenos Aires: 3.068.043 hab.
- Ciudad de Córdoba: 1.438.492 hab.
- Ciudad de Rosario: 1.277.164 hab.
- Gran Mendoza (ciudad y localidades aledañas): 1.214.327 hab.
- Ciudad de La Plata: 703.504 hab.
- Partido de Gral. Pueyrredón (capital Mar del Plata): 650.332 hab.
- Ciudad de Tucumán: 597.822 hab.
- Gran Salta (ciudad y alrededores): 614.764 hab.



### Población



### Estructura etaria | Censo 2022

0 a 19 años	31,61%	20 a 39 años	29,64 %
-------------	--------	--------------	---------

40 a 64 años	26,90%	65 años o más	11,85 %
--------------	--------	---------------	---------

### Religión | Datos año 2013

Católicos	76 %
-----------	------

Evangélicos	9 %
-------------	-----

No afiliados a la religión	11,3 %
----------------------------	--------

## 9. Anexos

### ***Indicadores de contexto del país***

DATOS ECONÓMICOS	2019	2020	2021	2022	2023
PIB PPA (miles de millones US\$) <sup>1</sup>	1033	942	1082	1225	Sin datos
PIB per cápita PPA (US\$) <sup>1</sup>	22.996	20.767	23.627	Sin datos	Sin datos
Exportaciones de Argentina al mundo (millones US\$) <sup>2</sup>	65.115	54.883	77.934	88.446	66.788
Importaciones de Argentina desde mundo (millones US\$) <sup>2</sup>	49.125	42.355	63.183	81.523	73.714
Inflación <sup>2</sup>	53,8	36,1	50,9	94,8	211,4
Desempleo <sup>2</sup>	9,7	11	7	7,1	5,7
Tasa de Cambio (USD / peso argentino) <sup>3</sup>	59,89	84,15	102,72	177,16	808,45

Fuentes: <sup>1</sup> Banco Mundial (base de datos del Programa de Comparación Internacional)

<sup>2</sup> Datos Instituto Nacional de estadísticas y Censos (INDEC)

<sup>3</sup> Banco Central de la República Argentina, valores al último día hábil de diciembre



## 9. Anexos

### ***Comercio exterior entre Chile y Argentina (2013-2023), expresado en millones US\$***

DATOS ECONÓMICOS	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Exportaciones (FOB)	897	789	583	579	716	824	819
Importaciones (FOB)	2.604	3.075	3.199	3.140	5.026	5.925	5.662
Balanza comercial	-1.707	-2.286	-2.616	-2.560	-4.310	-5.101	-4.843
Intercambio comercial	3.797	4.191	4.150	4.102	6.322	7.389	6.977

Fuente: Inteligencia de Mercado (ProChile) con datos de Aduanas. Se excluyen mercancías especiales y región 20.



HACIENDO  
NEGOCIOS  
CON EL MUNDO

# Claves para hacer negocios con **Argentina | 2024**

Oficina Comercial de ProChile en Buenos Aires  
y Representación Comercial en Mendoza, Argentina

ProChile - Todos los derechos reservados

Marzo 2024



[WWW.PROCHILE.GOB.CL](http://WWW.PROCHILE.GOB.CL)