

MONTENEGRO

Guía de Negocios

1.- DATOS BASICOS

1.1.- Aspectos generales

1.1.1.- Geografía

Ubicación: Montenegro está ubicado en el sudeste de Europa en la Península Balcánica, cuenta con costa en el Mar Adriático.

Superficie: 13.812 Km².

Extensión de las fronteras: 625 km.

Países limítrofes: Croacia, Bosnia y Herzegovina, Serbia y Albania.

Temperaturas Medias: enero 5 °C; julio 25 °C

1.1.2. Población y centros urbanos

Habitantes: 678.177 (est. 2008)

Crecimiento poblacional: -0,9%

Densidad de habitantes/km²: 49,1

Proporción de hombres: 49,2%

Proporción de mujeres: 50,8%

Población por grupos étnicos: montenegrinos (62%), serbios (10%), musulmanes (15%), albaneses (7%) y otros (6%).

Fuerza laboral: 259 mil (30% industria, 68% servicios, 2% agricultura)

Idioma: Montenegrino (también son hablados los idiomas serbio, bosnio, albanés y croata)

Capital: Podgorica (Capital gubernamental y administrativa; 152.025 habitantes), Cetinje (Sede Presidencial; 20.307 habitantes)

Religiones: ortodoxa 70%, musulmana 20%, católica 4%, otros 6%.

1.1.3. Infraestructura, transporte y comunicaciones

Número de hogares: 180 mil (est.)

Habitantes por cada hogar: 3.8

Porcentaje de viviendas con servicios: agua (90,9%), sanitarios (89,1%), desagües (56,1%).

Vías férreas: 250 km. (169 km. electrificados)

Rutas y caminos nacionales pavimentados: 4.274 km.

Aeropuertos: 3 (con pistas pavimentadas)

Líneas telefónicas en uso: 176 mil

Teléfonos celulares: 703 mil

Usuarios de internet: 266 mil

Radioemisoras: 31 estaciones

Canales de TV: 13

1.2. Organización política y administrativa:

Tipo de gobierno: democracia parlamentaria

Jefe de Estado: Presidente Filip Vujanovich

Jefe de Gobierno: Primer Ministro Milo Djukanovich

Poder legislativo: unicameral (Asamblea Nacional)

Principales partidos políticos: Partido Democrático de los Socialistas, Partido Social Democrático, Movimiento para el Cambio, Partido Socialista Popular, Partido Popular, Lista Serbia, Unión Democrática Albanesa.

Partido gobernante: Coalición para un Montenegro Europeo (Partido Democrático de los Socialistas, Partido Social Democrático).

Poder Judicial: Juzgados, Corte Suprema y Corte Constitucional.

Divisiones administrativas: 21 municipios

1.3. Organizaciones y acuerdos internacionales:

Montenegro es miembro de organizaciones internacionales y regionales, tales como Naciones Unidas, UNESCO, FAO, Fondo Monetario Internacional, Banco Mundial, Organización Internacional del Trabajo, Interpol, Organización para la Seguridad y Cooperación en Europa, Consejo de Europa, Banco Europeo para la Reconstrucción y el Desarrollo, Iniciativa Centroeuropa, Pacto de Estabilidad. Se encuentra en proceso de solicitud de membresía a la Organización Mundial del Comercio, la Iniciativa de Cooperación del Sudeste y el Proceso de Cooperación del Sudeste de Europa, entre otras.

2. ECONOMIA, MONEDA Y FINANZAS

2.1. Actividad económica:

Montenegro posee recursos naturales, principalmente minerales, tales como bauxita y aluminio, abundantes recursos hídricos y un clima favorable para la agricultura y el turismo.

Tradicionalmente, la población montenegrina se dedicó a la ganadería ovina. Hasta años recientes, este sector contribuía con la tercera parte de los ingresos de la renta fiscal. La agricultura se ha desarrollado principalmente en el valle de Zeta y en la zona del Lago Scutari (que constituye frontera con Albania), aunque su desarrollo es limitado, ya que sólo un 6% del país posee tierras cultivables.

La industria tuvo un importante desarrollo luego de la II Guerra Mundial con la explotación y manufactura de minerales, tales como la bauxita y el aluminio, pero en los años '70 empezó a enfrentar una situación crítica, por los altos costos de producción y la crisis petrolera.

A partir de los años '60 tuvo un destacado desarrollo la industria turística, que atraía principalmente a viajeros de Europa Oriental, sin embargo, a causa de las sanciones de guerra impuestas a Yugoslavia en 1990 este sector se vio notablemente perjudicado. Superada esta etapa, Montenegro se ha convertido en un centro de atracción turística internacional de alto nivel, situación que ha generado un importante ingreso de capitales.

Durante los últimos años, Montenegro ha generado un ambiente favorable para los negocios y las inversiones, con bajos impuestos, amplias privatizaciones y baja inflación.

2.2. Situación Económica

Los datos macroeconómicos del año 2007 mostraron una situación general favorable para la economía del país. El Producto Bruto Interno alcanzó los 2.278 millones de

euros, con un importante tasa de crecimiento anual que se ubicó en el 7%. Según el Plan Económico y Fiscal para el periodo 2007-2010 elaborado por el Ministerio de Finanzas de Montenegro, se prevé para 2008 un crecimiento del PBI superior al 7%.

En términos de precios, se registró una inflación promedio anual del orden del 4,2%, llegando al 8% al fin de ese año. Para 2008 se espera una tasa de inflación que rondará en el 4%.

La tasa de desempleo sobre la población activa ha mostrado porcentajes decrecientes en los últimos años, alcanzando el 12% en 2007. Se espera una reducción del desempleo también este año con una tasa estimada del 11%.

En lo que respecta a la distribución de los ingresos, se observa un aumento sostenido de los salarios netos, que crecieron más de un 70% entre 2004 y 2007, con un nivel promedio de 338 euros este último año.

2.4. Moneda y Finanzas

La moneda de curso legal en el país es el Euro, que reemplazó al Marco alemán al haber sido sustituido éste por la moneda común europea.

El Sector Público ha dejado de mostrar cifras negativas en su balance presupuestario a partir de 2006, con un superávit de 168,4 millones de euros en 2007.

La deuda pública representa un 36% del PBI, mientras que el endeudamiento externo un 32% del mismo indicador. La situación fiscal positiva ha permitido a Montenegro pagos anticipados de su deuda con el banco Internacional de Reconstrucción y Desarrollo por un valor de 59 millones de euros en 2007.

2.5. Balance de pagos e Inversión Extranjera

El saldo de Cuenta Corriente mostró en 2007 un déficit de 204 millones de euros, lo que representó un 40% del PBI. Este desempeño negativo está fundamentalmente explicado por el déficit comercial que tiene el país con un saldo de -1.015 millones de euros.

La Inversión Directa Externa Neta, que se ha convertido en el motor económico del país, alcanzó en 2006 los 680 millones de dólares, cifra seis veces superior a la de 2004. Según los datos del banco central, en 2007 la IDE superó los mil millones de Euros.

Los principales países de origen de las inversiones son Noruega, Austria, Rusia, Eslovenia y Hungría. Existen más de 3.000 empresas de propiedad extranjera en funcionamiento en Montenegro.

2.6. Sistema bancario

El sistema bancario montenegrino está supervisado por el Banco Central, que fue creado en 2001. Esta institución se encarga además de mantener el sistema de pagos, actúa como agente fiscal y monitorea la política monetaria.

El Banco Central realiza controles sobre la creación y funcionamiento de las entidades bancarias que están en su totalidad en manos privadas.

Las principales entidades que funcionan en Montenegro, varias de las cuales tienen directa vinculación con bancos extranjeros, son: Podgorica Bank-Société General, France Mortgage Bank, Montenegrin Commercial Bank – OTP Hungary, NLB Montenegro Bank –Nova Ljublianska Bank, Hypo Alpe Adria Bank, Atlasmont Bank, Pljevaliska Bank, First Montenegrin Bank, Opportunity Bank y Comercial Bank Budva.

El capital total de los bancos montenegrinos sumó en 2007 los 192,6 millones de euros, lo que representa un 30% más que el año anterior.

No existen restricciones monetarias o de pago en Euros en Montenegro

3. COMERCIO EXTERIOR

3.1. Evolución reciente

En los últimos años se observó un fuerte crecimiento de las importaciones, que llegaron a los 1.492 en los primeros nueve meses de 2007, esta situación contrasta con el desempeño de las exportaciones que se encuentran ligeramente estancadas en los 486 millones de euros.

3.2. Dirección del comercio

En los primeros nueve meses de 2007, la distribución de las compras de Montenegro por principales proveedores es la siguiente: Serbia 28% (411 millones de euros), Alemania 11% (156 millones de euros), Italia 10% (153 millones de euros), Eslovenia 4% (52 millones de euros), Bosnia y Herzegovina 4% (51 millones de euros), Grecia 3% (50 millones de euros), Francia 3% (40 millones de euros), Austria 3% (37 millones de euros) y Reino Unido 1% (17 millones de euros)

Para el mismo periodo, Montenegro colocó sus exportaciones en los mercados de sus principales compradores en las siguientes proporciones: Italia 30% (138 millones de euros), Serbia 25% (110 millones de euros), Hungría 13% (61 millones de euros), Grecia 13% (59 millones de euros), Bosnia y Herzegovina 5% (22 millones de euros), Eslovenia 4% (16 millones de euros), Albania 3% (12 millones de euros), Croacia 2% (9 millones de euros), Federación Rusa 2% (7 millones de Euros) y Alemania 1% (6 millones de euros)

3.3. Composición del comercio

En los primeros nueve meses de 2007 la participación de los diferentes rubros en las importaciones montenegrinas desde todo origen es la siguiente: 12% vehículos, 11% Combustibles y aceites, 9% maquinas mecánicas, 8% material eléctrico, 4% productos de hierro, 4% Máquinas y equipos de transporte, 34,3% Bienes manufacturados, 7,3% Combustible y energía, 3,7% Alimentos y bebidas y 1,9% Materias primas.

En cuanto a las exportaciones para el mismo periodo, la participación por rubros es 62,5% para Máquinas y equipos de transporte, 27,5% para Bienes manufacturados, 6,0% para Alimentos y bebidas, 2,2% para Materias primas, y 1,9% para Combustible y energía.

4. RELACIONES COMERCIALES CON ARGENTINA

4.1. Intercambio comercial bilateral

Según el INDEC, la balanza comercial ha sido favorable a nuestro país en los últimos cinco años, con exportaciones hacia la Argentina notablemente inferiores a las importaciones desde este origen.

	2007	2008 enero-marzo
Exportaciones	5.389.947	852.314
Importaciones	21.228	-
Comercio Total	5.411.175	852.314
Balanza Comercial	5.368.719	852.314

En 2007 las compras montenegrinas en el mercado argentino registraron 5,4 millones de dólares. En lo que respecta a 2008, en el periodo enero-marzo las importaciones de Montenegro desde la Argentina sumaron 0,8 millones de dólares.

Los productos mayormente adquiridos en la Argentina son cítricos (49% del total), merluzas (45%), porotos blancos (3%) y despojos de la especia bovina (2%), entre otros.

Las ventas de Montenegro a la Argentina han sido muy puntuales en 2007, ubicándose en los 21 mil dólares. En 2008 no se registraron importaciones desde este país balcánico.

Los productos colocados en el mercado argentino son ácido acético (70% del total), bombas para líquidos (23%), árboles de transmisión (4%) partes de motores y otros (2%).

Dada la complementariedad de las economías de ambos países, hay una serie de sectores en los que sería importante explorar posibilidades de cooperación: se trata del aceitero, alimenticio, farmacéutico, metal-mecánico, y de infraestructura básica.

5. ACCESO AL MERCADO

5.1. Sistema arancelario y Regímenes especiales

Montenegro presenta una economía abierta con bajos niveles arancelarios y escasas restricciones aduaneras. Desde 2001 se produjeron reducciones arancelarias e impositivas relevantes, eliminándose también el sistema de cupos o cuotas. Los aranceles oscilan entre el 0% y el 30%, siendo el nivel promedio de aranceles del 6%.

La normativa aduanera prevé la aplicación de derechos específicos para ciertos rubros, entre los que se encuentran las carnes, lácteos, frutas y verduras, aceite de oliva, preparaciones comestibles y bebidas.

Puede aplicarse un arancel del 5% a los productos importados que no son destinados a comercialización.

Las autoridades aduaneras tienen facultades para aplicar en forma temporal o estacional derechos especiales de importación.

En este país no se aplican derechos a las exportaciones.

5.2. Regulaciones e Impuestos internos

La mayor parte de las importaciones no está sujeta a restricciones o intervención estatal.

Sin embargo, se requiere de licencias de importación para unas 345 partidas arancelarias, tales como armas, municiones, equipo militar y de policía, antigüedades, obras de arte, metales preciosos, deshechos, y sustancias perjudiciales para la capa de ozono.

El IVA, que se aplica a las importaciones, fue introducido en Montenegro en el año 2003 y tiene una tasa general del 17%, una reducida del 7%, que se aplica a productos de primera necesidad y una especial del 0% para los productos alimenticios de alta sensibilidad.

Las importaciones de productos tales como el tabaco, bebidas alcohólicas y combustibles minerales también están alcanzados por la excisa.

5.3. Documentos y formalidades

Los productos importados necesitan ser acompañados del certificado de origen, certificados sanitarios y algunas veces cumplimentar requisitos de normalización.

5.4. Regímenes especiales

Desde el año 2005 está en vigencia un régimen de zonas francas y de depósitos aduaneros, que permite utilizar componentes nacionales para producir en dichas zonas con exención aduanera.

En las siguientes circunstancias se permite el ingreso de bienes en modo temporáneo exento del pago de aranceles:

- equipos enviados para una compañía extranjera a una compañía montenegrina para producir bienes o prestar servicios para la compañía extranjera;
- equipos importados por un contratista extranjero para construcción, ensamble, mantenimiento o trabajos similares;
- materias primas importadas para su procesamiento y reexportación.

La exención del pago de aranceles se extiende por un periodo de dos años.

6. ESTRUCTURA DE COMERCIALIZACION

6.1. Muestras y materiales de publicidad

No existen restricciones o aranceles para el ingreso temporal de muestras y materiales publicitarios promocionales. No obstante, se requiere que el ingreso temporario de bienes sea declarado a las autoridades aduaneras en el punto de ingreso completando el correspondiente formulario.

6.2. Canales de distribución

Si bien la legislación más reciente favorece el desarrollo del ámbito empresarial así como también las transacciones internacionales, todavía se observa una interferencia gubernamental a través de medidas a veces restrictivas en el mundo de los negocios.

Los negocios mayoristas operan como distribuidores intermediarios entre los importadores y los comercios al por menor.

La reestructuración del sector minorista se ha producido gracias a la privatización de las cadenas de distribución que han sido adquiridas por grandes compañías comercializadoras. Se observa también la presencia de minoristas particulares. El comercio al por menor está dominado fundamentalmente por las empresas MEX, Carine, Voli y Maxi.

El sector minorista incluye también kioscos, pequeños negocios y mercados a cielo abierto.

La venta de bienes de capital e intermedios, suele ser realizada directamente por los productores y a través un agente de ventas.

6.3. Promoción de ventas

Los distribuidores generalmente utilizan medios de comunicación y publicaciones sectoriales para informar al mercado local sobre sus productos.

Los medios publicitarios más utilizados para la promoción de bienes de consumo son la televisión, la radio, la prensa escrita, la publicidad en la vía pública y medios de transporte y los folletos distribuidos domiciliariamente. No está difundido el comercio electrónico y tampoco se utiliza demasiado este medio para publicitar (las páginas web con contenido comercial suelen estar desactualizadas)

La televisión es el medio más difundido, aunque está prohibido publicitar por ella cigarrillos y bebidas alcohólicas.

La tendencia general en materia de promoción comercial a través de ferias y exposiciones es la realización de eventos especializados sobre ciertos rubros.

6.4. Prácticas comerciales

Las prácticas comerciales no suelen ser diferentes a las que se observan en otros países, como por ejemplo, ofrecer buena relación calidad precio, buscar contacto frecuente con los compradores, agresiva promoción de mercado, y buen servicio posventa para productos de complejidad tecnológica.

Sin embargo, las dimensiones del mercado montenegrino suele resultar un factor limitativo para muchos productos especializados, dado que no resulta fácil encontrar un representante local y a veces son muy bajos los potenciales volúmenes de ventas.

6.5. Compras gubernamentales

Las compras gubernamentales están reguladas por la Ley de Compras Gubernamentales de Montenegro del año 2001, y modificada en 2006. Esta norma tiene como objetivo la modernización del sistema de compras en consonancia con las obligaciones internacionales. Establece el principio de transparencia y equidad de

acceso en las operaciones, determina cuales son las entidades responsables de administrar el sistema, persiguiendo de este modo combatir la corrupción.

La ley se aplica a todas las inversiones financiadas por el presupuesto, pagos garantizados por el gobierno o fondos asegurados por créditos tomados por el gobierno. Según la norma, estas adquisiciones deben ser realizadas por licitación publicada en el Boletín Oficial. Para las grandes compras, los proveedores extranjeros compiten en igualdad de condiciones con las firmas locales.

El Departamento para Licitaciones Públicas es responsable de velar que éstas se realicen dentro de lo normado por la ley, mientras que la Comisión de Ofertas se encarga de la protección de los oferentes.

La Ley define como “mejor oferta” a la que presenta el menor precio cumpliendo con las especificaciones técnicas. Es posible definir una “mejor oferta” usando no sólo el precio, sino otros criterios, pero dichos criterios deben estar prescritos en el llamado a licitación.

6.6. Estándares de calidad, etiquetado y certificaciones

En términos de estándares de calidad, Montenegro se encuentra adoptando los estándares internacionales, y particularmente los requisitos en esta materia de la Unión Europea.

En 2007 fue sancionada la Ley de estándares y se creó el Instituto para la Estandarización. Se prevé que 800 entidades lograrán la estandarización hacia fines de 2008.

El etiquetado debe contener la siguiente información:

Nombre del producto
Dirección completa del productor o del importador
Cantidad neta/peso/volumen
Ingredientes,
Modo de conservación
Indicaciones de consumo

Los productos complejos en términos técnicos deben estar acompañados por instrucciones sobre el uso, especificaciones del fabricante, una lista de servicios autorizados, información sobre la garantía y otra información conveniente.

6.7. Derechos de propiedad intelectual, patentes y marcas

Los derechos de propiedad intelectual son protegidos por la Ley de propiedad Intelectual que entró en vigencia en 2006. Esta norma prevé la aplicación de multas a quienes vendan productos de piratería y falsificaciones, los que también son objeto de acciones por parte de la aduana, según lo estipulado por la reglamentación adoptada en 2005 por el Parlamento de ese país.

El Código Penal prevé el procesamiento y cargas penales para quienes violen los derechos de propiedad.

Desde la declaración de la independencia, las autoridades competentes montenegrinas (Ministerio de Cultura y Medios de Comunicación, la Oficina del Primer Ministro para la Integración Europea, así como varias ONG han comenzado a trabajar

para establecer un marco regulador para la protección de la propiedad intelectual. Se prevé la creación de la Oficina de Protección de la Propiedad Intelectual.

7. VIAJES DE NEGOCIOS

7.1. Transporte y hotelería

A Montenegro se puede arribar, ya sea por vía terrestre -por carretera- como por vía aérea. También se puede acceder por vía marítima desde el Mar Adriático.

El medio comúnmente utilizado por los hombres de negocios es el aéreo. Funcionan sólo dos aeropuertos internacionales, siendo el de la capital Podgorica el más utilizado. La circulación de pasajeros suma los 300.000 viajeros anuales. Las principales líneas aéreas europeas vuelan a Podgorica.

La red de transporte del país no es moderna, tanto en materia de carreteras como de trenes. La calidad de las rutas es variada y no adecuadas a los estándares europeos. Priman las carreteras de doble mano. Las vías ferroviarias fueron mayormente utilizadas para el transporte de cargas, y pocos son los servicios de pasajeros.

Las comunicaciones terrestres con la costa marítima han sido mejoradas en los últimos años, particularmente con el puerto de Bar. Este puerto es el más importante del país y tiene una capacidad operativa de cinco millones de toneladas de carga. Desde allí circulan ferries hacia Italia –Bari y Ancona-.

En la ciudad de Podgorica, se puede encontrar servicios de hotelería de diferente categoría.

7.2. Visas

Los portadores de pasaportes argentinos no requieren de visado para ingresar a Montenegro por una estadía no superior a los 90 días.

Si el extranjero es alojado en un domicilio particular, debe registrarse ante la policía del lugar de estadía dentro de las 24 horas de su arribo, ya que el incumplimiento puede generar una multa o inconvenientes al salir del país. Este trámite no es necesario si el alojamiento es hotelero.

El ingreso de divisas al país no debe ser declarado si no supera los 2.000 Euros. En caso contrario, debe completarse un formulario que será intervenido por la autoridad aduanera y que deberá presentarse a la salida de Montenegro. El dinero ingresado sin mediar declaración puede ser objeto de confiscación.

7.3. Clima, atención médica, idioma, comunicaciones.

El clima es frío en invierno, con nevadas y congelamiento de rutas y caminos, y cálido en verano con temperaturas que superan la media.

En materia de atención médica, el sistema sigue estando en manos del Estado, si bien ya se cuenta con algunos profesionales que atienden en forma particular. Los honorarios por servicios médicos son cobrados al contado. Existe en Podgorica un Centro Médico privado inaugurado en 2006 y escasos servicios de ambulancias. Los medicamentos pueden ser adquiridos en farmacias que funcionan dentro del ámbito privado.

El idioma utilizado para los negocios con extranjeros suele ser el inglés o italiano, aunque también puede encontrarse interlocutores que hablen alemán o francés, según la empresa de que se trate. Sin embargo, cuando se trata de firmas pequeñas, es muy probable que la única lengua de comunicación resulte el idioma local.

El servicio telefónico y de correos es confiable, inclusive los servicios a larga distancia. Los celulares traídos desde el exterior pueden en general ser utilizados en el país.

7.4. Consideraciones en materia de seguridad

Montenegro es un país relativamente seguro en materia de delincuencia contra extranjeros, quienes raramente son afectados por hechos delictivos. La policía local no dispone de servicios especiales para extranjeros en inglés. En caso de emergencia, el número de la policía es 92. También se puede comunicar gratuitamente desde un teléfono portátil marcando el 112.

7.5. Costumbres locales

En general las prácticas de negocios son similares a las de cualquier país occidental. Los empresarios en términos usuales prefieren establecer relaciones personales en la base de los negocios.

7.6. Horarios laborales y calendario de vacaciones

El horario normal de trabajo comienza a las 8:00 hs. y termina a las 16:00 hs.

Los feriados en Montenegro son el 1 y 2 de enero (Año Nuevo), el 1 y 2 de mayo (Día del Trabajador) 21 y 22 de mayo (Día de la Independencia) y 14 de Julio (Día de la Soberanía). También son feriados la Navidad Ortodoxa y el viernes y lunes de Pascua Ortodoxa. Los católicos, musulmanes y judíos pueden observar sus fiestas (Navidad y Pascua, Ramadan, y Yom Kipur y Rosh Hashanah, respectivamente).

Los meses de receso de verano son julio y agosto.

7.7. Contactos útiles

- Banco Central de Montenegro: <http://www.cb-cg.org/indexE.htm>
- Ministerio de Economía: <http://www.vlada.cg.yu/eng/minekon/>
- Cámara de Economía de Montenegro: <http://www.pkcg.org/index.php?lang=en>
- Oficina de Estadísticas: <http://www.monstat.cg.yu/EngMeniGodisnjiPodaci.htm>
- Boletín Oficial: <http://www.sllrcg.cg.yu/engleski/glavnae.htm>
- Registro Central de la Corte de Comercio de Podgorica (registro de empresas): <http://www.crps.cg.yu/home.php?akcija=prva>
- Aeropuertos: <http://www.montenegroairports.com/>
- Aduana: <http://www.vlada.cg.yu/eng/upravacarina/>

