

UNIVERSIDAD NACIONAL DE ROSARIO

FACULTAD DE CIENCIA POLÍTICA Y RRII
LICENCIATURA EN RELACIONES INTERNACIONALES

TITULO: "EXPORTA FÁCIL"

**UN SISTEMA SIMPLIFICADO DE EXPORTACIONES PARA LAS PYMES
SUDAMERICANAS**

DIRECTORA: DRA. BONOMELLI, GRACIELA

AUTORA: CINQUEGRANI, M. CECILIA

ROSARIO, SANTA FE

JUNIO DE 2014

INDICE

Proyecto de Tesina

Resumen General	PAG. 5
Palabras Claves	PAG. 5
Introducción	PAG. 6
Hipótesis	PAG. 7
Objetivo General	PAG. 7
Objetivos Específicos	PAG. 8
Marco Teórico	PAG. 8
Metodología	PAG. 10

Tesina

<u>Capítulo 1</u> : “Sistema Exporta Fácil”	PAG. 11
<u>1.1</u> Pymes en Sudamérica y Logística	PAG. 11
<u>1.2</u> Razones que motivaron el Sistema EF	PAG. 13
<u>1.3</u> Premisas del Sistema EF	PAG. 14
<u>1.4</u> EF, un potencial mecanismo de promoción de exportaciones desde el ámbito domestico	PAG. 16
<u>1.5</u> Instituciones Involucradas en el Sistema EF	PAG. 20
<u>1.6</u> Procedimiento e implementación del Sistema EF	PAG. 21
<u>1.7</u> Conclusiones del Capítulo	PAG. 25
<u>Capítulo 2</u> : “Exporta Fácil en los países de UNASUR”	PAG. 26
<u>2.1</u> Resumen de la situación de EF por país	PAG. 26
<u>2.2</u> BRASIL:	PAG. 29
<u>2.2.1</u> Brasil líder de EF en la región	PAG. 29
<u>2.2.2</u> Resultados de EF Brasil	PAG. 32
<u>2.2.3</u> Beneficios de EF en Brasil	PAG. 34
<u>2.2.4</u> Límites de EF en Brasil	PAG. 35
<u>2.2.5</u> Nuevos desafíos de EF en Brasil	PAG. 35
<u>2.3</u> PERU:	PAG. 36
<u>2.3.1</u> Perú pionero en adaptar el Sistema Exporta Fácil	PAG. 36
<u>2.3.2</u> Instituciones Involucradas	PAG. 36
<u>2.3.3</u> ¿Cómo funciona EF en Perú?	PAG. 38
<u>2.3.4</u> Beneficios de EF en Perú	PAG. 41
<u>2.3.5</u> Evolución de EF en Perú	PAG. 42
<u>2.3.6</u> Innovaciones de EF en Perú	PAG. 45
<u>2.3.7</u> Desafíos de EF en Perú	PAG. 47
<u>2.4</u> COLOMBIA:	PAG.49
<u>2.4.1</u> EF una Política de Estado en Colombia	PAG.49
<u>2.4.2</u> Rol de Operador Postal y Antecedentes del sistema EF en Colombia	PAG. 50
<u>2.4.3</u> Beneficios de EF en Colombia	PAG. 51

<u>2.4.4</u> Instituciones involucradas en la implementación del Sistema EF en Colombia	PAG. 52
<u>2.4.5</u> Evolución de EF en Colombia	PAG. 53
<u>2.4.6</u> Opinión de los usuarios de EF en Colombia	PAG. 56
<u>2.4.7</u> Desafíos actuales en Colombina	PAG. 57
<u>Capítulo 3:</u> “EF ARGENTINA: un proyecto inconcluso”	PAG. 59
<u>3.1.1</u> Situación de las pymes argentinas	PAG. 59
<u>3.1.2</u> Estado de EF en Argentina	PAG. 60
<u>3.1.3</u> La conveniencia de aplicar el Sistema en Argentina	PAG. 63
4. <u>Conclusiones Finales</u>	PAG. 64
5. <u>Bibliografía General</u>	PAG. 68
6. <u>Anexo</u>	PAG. 73

INDICE DE GRAFICOS

Gráfico N° 1. Mecanismos con impactos en los costos	PAG. 17
Gráfico N° 2. Mecanismos que promueven la inserción externa	PAG. 18
Gráfico N° 3. EF: impactos en los costos y en el procedimiento	PAG. 19
Gráfico N° 4. Mecanismos de promoción de exportaciones actuales y potenciales	PAG. 19
Gráfico N° 5. Cinco pasos del procedimiento EF	PAG. 22
Gráfico N° 6. Etapas de la implementación de EF	PAG. 24
Gráfico N° 7. Resumen EF por país	PAG. 26
Gráfico N° 8. Fechas de lanzamiento de EF en Brasil, Perú, Uruguay, Colombia y Ecuador	PAG. 28
Gráfico N° 9. Dos caminos para exportar en Brasil	PAG. 30
Gráfico N° 10. Rol de Correo en Brasil	PAG. 31
Gráfico N° 11. Instituciones involucradas y función en Brasil	PAG. 31
Gráfico N° 12. Principales destinos de las exportaciones EF desde Brasil	PAG. 33
Gráfico N° 13. Evolución de las exportaciones simplificadas	PAG. 34
Gráfico N° 14. Grupo de trabajo interinstitucional de EF en Perú	PAG. 37
Gráfico N° 15. Instructivo sobre la Declaración Exporta Fácil en Perú	PAG. 38
Gráfico N° 16. Diagrama de Flujo Exporta Fácil en Perú	PAG. 41
Gráfico N° 17. Evolución de EF en Perú por N° de empresas y valor FOB	PAG. 43
Gráfico N° 18. Participación de EF en el total de las Exportaciones Peruanas	PAG. 43
Gráfico N° 19. Principales mercados de exportación 2012 en Perú	PAG. 44
Gráfico N° 20. Principales productos exportados en Perú 2012	PAG. 44
Gráfico N° 21. Instituciones de EF Colombia	PAG. 52
Gráfico N° 22. Comportamiento EF según N° de exportadores EF, envíos EF y valor FOB exportado a través de EF	PAG. 54
Gráfico N° 23. Ciudades de Origen de las exportaciones EF en Colombia	PAG. 55
Gráfico N° 24. Principales destinos de las exportaciones EF en Colombia	PAG.55
Gráfico N° 25. Comportamiento de las exportaciones EF por región	PAG.56

Resumen General

La globalización económica del siglo anterior ha exhibido dos procesos: a -la fragmentación y diversificación de la producción de bienes y servicios y b- la necesidad de conectividad entre posibles oferentes (productores) y demandantes (consumidores). En tal sentido, algunas políticas públicas adoptan estrategias y criterios orientados a la integración socio-económica de espacios geográficos cuyas acciones/decisiones son complementarias.

Este trabajo propone el sistema Exporta Fácil como una herramienta posible y sostenible de integración regional que promueve la competitividad externa de las pymes. En el marco de la Iniciativa para la Integración de la Infraestructura Regional Sudamericana (IIRSA) Exporta Fácil plantea la integración a partir del desarrollo de una infraestructura logística postal uniforme que simplifica y economiza los despachos de bienes al exterior. Ideado por Brasil, fue aplicado en otros países del sur del continente con buenos resultados. Argentina, pese a haber manifestado su interés en el sistema, sólo ha ejecutado actividades diagnósticas. Dado que este trabajo es escrito desde Argentina resulta pertinente describir el estado del sistema Exporta Fácil en este país.

Palabras Claves

Exportación por envíos postales, Exporta Fácil, Pymes, IIRSA, UNASUR, logística, transporte, procedimiento aduanero, facilitación, correo, aduana, exportaciones, crecimiento.

Introducción

La integración física, energética y de comunicaciones en el marco de la Iniciativa para la Integración de la Infraestructura Regional Sudamericana (IIRSA),¹ fue uno de los tres pilares sobre los que se constituyó la Unión de Naciones Sudamericanas – UNASUR- (2008).

IIRSA es un mecanismo de coordinación intergubernamental que se origina en la primera reunión de presidentes de América del Sur, celebrada en el año 2000, donde los doce jefes de Estado², asumen la obligación de fomentar políticas para impulsar la integración de la infraestructura física, de energía y comunicaciones.

En el 2004, durante la reunión llevada a cabo en Lima, Perú, los mandatarios proponen una Agenda Común con 31 proyectos prioritarios denominada Agenda de Implementación Consensuada (AIC) 2005 – 2010. **El proyecto, “Exportación por envíos postales para micro pequeñas y medianas empresas (Mipymes)”, conocido como Exporta Fácil, fue incluido en la AIC de IIRSA³, con el objeto de reproducir en los países sudamericanos la exitosa experiencia brasileña.**

La AIC consta de un reducido grupo de proyectos para ejecución inmediata, cuya implementación es observada por la secretaría de IIRSA, y tienen prioridad con relación a la eventual necesidad de capital ante las instituciones financieras que integran la Iniciativa (Banco Interamericano de Desarrollo – BID, Corporación Andina de Fomento – CAF y el Fondo Financiero para el Desarrollo de la Cuenca Del Plata – FONPLATA).

Posteriormente en el 2011, el proyecto EF es incorporado al Plan de Acción Estratégico 2012–2022 del Consejo Sudamericano de Infraestructura y Planeamiento (COSIPLA) de la UNASUR, órgano sucesor de IIRSA⁴. En este acto se decide modificar el nombre del proyecto “Exportación por Envíos Postales para Micro Pequeñas y Medianas Empresas (Mipymes) por

¹ SANAHUJA, José Antonio. “La construcción de una región: Suramérica y el regionalismo post-liberal”, en una región en construcción UNASUR y la integración de América del Sur, Barcelona, CIDOB, 2010, p 99, disponible en http://www.google.com.ar/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&frm=1&source=web&cd=1&ved=0CCsQFjAA&url=http%3A%2F%2Fwww.cidob.org%2Fes%2Fcontent%2Fdownload%2F23373%2F271111%2Ffile%2F28_Inte%2Frogar_UNAREGIONENCONSTRUCCION.pdf&ei=cJWQUpfVEpfesASWr4F4&usq=AFQjCNFjykFc_CO1tNoccCBckVd7XIsiiQ&sig2=IAYG6csVgRDhhwcoQGYhPQ&bvm=bv.56988011_d.cWc Consulta: lunes 3 de junio de 2013. Los otros dos pilares sobre los que se constituyó UNASUR son: a) la concertación y coordinación de las políticas exteriores, con el propósito de afirmar a Sudamérica como grupo regional en las relaciones internacionales, y b) la convergencia de la CAN, el MERCOSUR y Chile, Guyana y Surinam en Área de Libre comercio de Suramérica.

² Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Ecuador, Guyana, Paraguay, Perú, Surinam, Uruguay, Venezuela.

³ La Iniciativa para la Integración de la Infraestructura Regional Suramericana (IIRSA) actualmente es el Foro Técnico para temas relacionados con la planificación de la integración física regional suramericana del Consejo Suramericano de Infraestructura y Planeamiento (COSIPLAN) de la Unión de Naciones Suramericanas (UNASUR). Información disponible en página oficial de [I.I.R.S.A.](http://www.iirsa.org/Page/Detail?menuItemId=79) <http://www.iirsa.org/Page/Detail?menuItemId=79>, consulta: lunes 3 de junio de 2013.

⁴ El Consejo Sudamericano de Infraestructura y Planeamiento (COSIPLA) fue creado en el 2009 por el Consejo de Jefas y Jefes de Estado y de Gobierno de UNASUR. De este modo IIRSA es reemplazado por COSIPLA. COSIPLA sigue desarrollando la infraestructura para la región dando continuidad a lo iniciado por IIRSA; en tal sentido, recoge sus esfuerzos y avances, tomando en cuenta que hacia finales de 2009 la Cartera de Proyecto de IIRSA, contaba con 510 proyectos en 47 grupos temáticos con una inversión estimada de 74,500 millones de dólares. IIRSA pasa a constituirse en una asesora técnica para temas relacionados con la planificación de la Infraestructura sudamericana. En ARZUBIAGA SCHEUCH, Augusto, “La transición del IIRSA a la Unión de Naciones Suramericanas”, Perú, 2010, disponible en http://www.up.edu.pe/ciup/SiteAssets/Lists/JER_Jerarquia/EditForm, consulta: 10 de junio de 2013.

“Integración Comercial por Envíos Postales para Mipymes” con el objeto de comprender los dos flujos comerciales, exportaciones e importaciones.

La participación del sector postal en la iniciativa (IIRSA) genera la oportunidad de sensibilizar a los sectores gubernamentales de la importancia del área postal en la promoción de la integración social y económica de la región. Exporta Fácil impulsa el desarrollo de una infraestructura postal sudamericana para potenciar el crecimiento del comercio internacional entre los países de América del Sur y de estos con el resto del mundo⁵.

Para la región, es estratégico el rol del comercio exterior, dado que es la vía principal, genuina, por medio de la cual obtiene las divisas que necesita para hacer frente a sus obligaciones externas y para adquirir aquellos insumos, bienes de capital y servicios que no posee y que necesita para que la economía funcione normalmente, además de estimular la producción y promover la generación de empleo.⁶ En este marco, Exporta Fácil (EF)⁷ es un nuevo instrumento al servicio del crecimiento del comercio exterior de las pymes.

EF opera como una potencial herramienta de promoción de exportaciones, porque tiene como objetivo desburocratizar el procedimiento de exportaciones para los bienes de bajo peso, escaso valor y reducidas dimensiones. EF propone junto a la desburocratización, el acceso gratuito al proceso de despacho de los bienes exportables de las pymes y la posibilidad de acceder a un flete internacional más competitivo en manos del correo público. A través de esta herramienta se intenta fomentar la inserción externa de las pymes e incrementar las exportaciones nacionales y regionales.

EF, es un instrumento poco explorado en la literatura del comercio exterior, y mediante este trabajo se busca su difusión e interés. En Argentina la implementación de EF no es un tema de agenda prioritario y se encuentra en una situación de impasse, lo que nos permite contar con el tiempo necesario para conocer y estudiar esta herramienta y aprender de la experiencia de nuestros vecinos para potenciar sus beneficios y prevenir sus dificultades.

La importancia de esta investigación para la carrera de relaciones internacionales radica en que introduce una temática poco indagada, con escaso desarrollo bibliográfico donde la comunidad académica podrá hacer uso de este pequeño aporte para acercarse a la materia.

Hipótesis

Mediante la simplificación y desburocratización del procedimiento aduanero, el acceso gratuito a la gestión de despacho y la reducción del costo del transporte internacional en manos del operador postal, el sistema “EXPORTA FACIL” promueve la inserción externa de las pymes.

Objetivo general

Analizar el mecanismo de promoción de exportaciones “EXPORTA FACIL”, consensado por los países sudamericanos en el ámbito de la

⁵ANTUNES, Rose Mary y MELO GOTEIPE, José, “Exportaciones por remesas postales para Pymes IIRSA”, Ministerio de Comunicaciones, Brasilia, Junio de 2005, p 9, disponible en, http://www.mtc.gob.pe/portal/consultas/cid/boletines_cid/11_junio/ARCHIVOS/PropostalIIRSAExportafa_cil.pdf, consulta 5 de enero de 2014.

⁶ “Análisis del Comercio Exterior argentino en 2011”, Reflexiones para favorecer la producción nacional. Bs As, AIERA, Año 2012, p 2, disponible en <http://www.aiera.org/pdf/info20.pdf>. Consulta: 31 de enero de 2014.

⁷ En adelante, EF.

Iniciativa para la Integración de la Infraestructura Regional Sudamericana (IIRSA). Para ello, se estudiará la implementación de EF en Brasil, líder del proyecto y en los dos países en los cuales el sistema EF se encuentra en su estado más avanzado, Perú y Colombia. Adicionalmente, se hará una reseña de EF en Argentina y su actual parálisis.

Objetivos específicos

- Determinar las características del sistema EF en su diseño original.
- Describir y evaluar las experiencias concretas de implementación del sistema EF en Brasil, Perú y Colombia.
- Establecer la situación en la que se encuentra la posible aplicación del sistema EF en Argentina.

Marco teórico:

En Sudamérica comienza a plasmarse una nueva propuesta post-liberal, que intenta ir más allá del regionalismo abierto de los años noventa. El regionalismo abierto se basaba en acuerdos de comercio regionales con bajos aranceles externos y pocas barreras al comercio, con el propósito de dar a los mercados un mayor rol en la promoción de la eficiencia y la competitividad internacional⁸.

En tanto, el regionalismo post-liberal propone, entre otras cosas:

- “la primacía de la agenda política, con una menor atención a la agenda comercial y de liberalización económica”⁹.
- el “retorno del Estado”, con un mayor rol de los actores estatales en el mercado frente al predominio de los actores privados y las fuerzas del mercado.
- “énfasis en la agenda “positiva” de la integración, centrada en la creación de instituciones y políticas comunes y en una cooperación más intensa en ámbitos no comerciales. Una agenda activa de cooperación sur-sur al interior de la región y la emergencia de nuevos mecanismos y agendas de cooperación en campos como seguridad energética, coordinación macroeconómica, temas monetarios y finanzas para el desarrollo”¹⁰.
- “creciente preocupación por los “cuellos de botella” y las carencias de la infraestructura regional, con el objetivo de mejorar la articulación de los mercados regionales y, al mismo tiempo, facilitar el acceso a mercados externos”¹¹.
- “atención a los temas sociales y a la reducción de las asimetrías al desarrollo, vinculando integración regional con reducción de la pobreza y la desigualdad, en un contexto político en el que la justicia social ha adquirido un nuevo y mayor peso en la agenda política de la región”¹².
- “La búsqueda de fórmulas para promover una mayor participación de actores no estatales y la legitimación social de los procesos de integración”¹³.

⁸ SANAHUJA, José Antonio, “Regionalismo post-liberal y multilateralismo en Sudamérica: El caso de UNASUR”, en El regionalismo “post-liberal” en América Latina y el Caribe: nuevos actores, nuevos temas, nuevos desafíos, Bs. As, CRIES, año 2012, p 27, disponible en http://www.academia.edu/2076400/Regionalismo_postliberal_y_multilateralismo_en_Sudamerica_El_caso_de_UNASUR, consulta: 25 de enero 2014.

⁹ SANAHUJA, José Antonio, *Ibidem*, p 17.

¹⁰ *Ibidem*, p 17.

¹¹ *Ibidem*, p 18.

¹² *Ibidem*, p 18.

¹³ *Ibidem*, p 18.

Los proyectos de integración regional exigen acciones que el mercado no impulsa. En este marco, nuevos temas ganan centralidad en la agenda regional, como la cuestión de la integración de la infraestructura, los temas de seguridad y defensa, la integración productiva, entre otros, que plantean nuevos desafíos para la región¹⁴.

En sintonía con la teoría post-liberal la presencia del Estado en el sistema EF a través de los correos nacionales sudamericanos, puede interpretarse como un retorno al protagonismo de las instituciones estatales. La Iniciativa para la Integración de la Infraestructura Regional Sudamericana (IIRSA), es parte de la agenda positiva de la integración en tanto nueva institución y por el carácter de su agenda. IIRSA prioriza el desarrollo y la integración de la infraestructura en la región para mejorar la articulación de los mercados sudamericanos. Además EF es un instrumento de promoción de exportaciones que busca contribuir a la reducción de las asimetrías, al promover la inclusión de los pequeños y medianos productores en los mercados externos. IIRSA fue pensada como institución capaz devolver legitimación social a los procesos de integración al plasmar la integración en proyectos concretos y al promover la imprescindible intervención de actores públicos y privados.

Por otra parte, la revolución en el sector de las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC) brinda una gran oportunidad a las pymes para iniciar su actividad exportadora. En este contexto, el sistema EF agilizaría las transacciones comerciales para el segmento de objetos de bajo valor.

“Las TIC posibilitan, promueven y facilitan el comercio internacional”¹⁵. Las TIC no operan únicamente como herramientas capaces aumentar la eficiencia interna de las empresas; además, son herramientas esenciales para crear modelos comerciales totalmente nuevos¹⁶. Los canales tradicionales de comercialización (Ferias Internacionales, Misiones Comerciales) se combinan en forma efectiva con las tecnologías de la información para captar nuevos mercados. Los contactos personales son fundamentales como primer paso, pero si el potencial cliente tiene intención de conocer un poco más; como segundo paso se lo invita a conocer el sitio web de la empresa, que ofrece más información sobre esta y sus productos. En tercer lugar, los mensajes de correo electrónico y los métodos de telecomunicación como los sistemas de videoconferencia son altamente eficaces para cerrar las transacciones comerciales¹⁷. Existen otros motivos por los que las empresas deberían adoptar las TIC: brindan oportunidades de hacer el primer contacto con potenciales compradores y proveedores -previo al primer encuentro personal-, permiten identificar potenciales socios y facilitan el acceso a la información relacionada con normativas comerciales y arancelarias de los mercados de exportación, además de ser fuente de publicidad y promoción.

En este marco, las TIC actuando como instrumentos de promoción del comercio exterior y EF simplificando el despacho de los bienes y

¹⁴ SERBIN, Andrés; MARTINEZ, Laneydi y RAMANZINI Junior, Haroldo; “El regionalismo “post-liberal” en América Latina y el Caribe: Nuevos actores, nuevos temas, nuevos desafíos”, Bs. As, CRIES, año 2012, p 13, disponible en http://www.academia.edu/2076400/Regionalismo_post-liberal_y_multilateralismo_en_Sudamerica_El_caso_de_UNASUR, consulta: 27 de enero 2014.

¹⁵ UEKI Yasushi, TSUJI Masatsugu, CÁRCAMO OLMOS Rodrigo, “Tecnología de la información y las comunicaciones (TIC) para el fomento de las pymes exportadoras en América Latina y Asia oriental”, CEPAL, Santiago de Chile, 2005, p15, disponible en <http://www.eclac.org/publicaciones/xml/9/26929/Serie%20Web%2033.pdf>, consulta 21 de febrero de 2014.

¹⁶ UEKI Yasushi, TSUJI Masatsugu, CÁRCAMO OLMOS Rodrigo, *Ibidem*, p 81.

¹⁷ *Ibidem*, p77.

economizando su traslado, conjuntamente trabajan para potenciar las exportaciones de las pymes.

Por otra parte, Exporta Fácil es una política pública para el comercio internacional porque “implica un curso de acción estable definido por el gobierno para resolver un área relevante del interés público, que incluye además actores privados”¹⁸. El área relevante en cuestión era promover las exportaciones de las zonas marginales, pues en Sudamérica -como en otros territorios colonizados-, la ocupación territorial fue centralizada en zonas claves para la conquista y colonización, con el abandono del resto. Así, los grandes centros comerciales poseían excelentes vías de comunicación y transporte con el sector del territorio que producía bienes y/o servicios. Ahora, que la conectividad¹⁹ con el mundo es una clave para la integración y comercialización, se ha visibilizado las grandes diferencias ocasionadas por aquellas políticas de concentración del poder: capitales nacionales o provinciales con excelentes servicios de todo tipo y ausencia de ellos en el interior del país.

El rol de Brasil fue determinante para el origen y desarrollo del Sistema Exporta Fácil. Brasil, con la *meta* de facilitar la competencia exportadora en todo el territorio del país, idea una política pública que postula como *estrategia* el sistema Exporta Fácil, y planifica los *recursos*²⁰ procurando maximizar el uso del correo. Su instrumentación impactó más allá del objetivo previsible de la política pública: acceso a la exportación para empresas de áreas periféricas pues pronto se advierte que las pymes que ofrecían productos muy específicos, con independencia del área en el que estuvieran instaladas, fueron favorecidas y se plegaron al ímpetu exportador (un efecto deseable, pero no central en la formulación de la agenda).

EF cumple los requerimientos de una necesidad que demanda de una política pública: a. Percepción de una necesidad social que puede ser cambiada por el Estado; b. relativa al orden social –puede entenderse como generación de igualdad de oportunidades-; c. puede señalarse su inicio y d. comunicada, que requiere de cooperación en planificación y recursos²¹.

Metodología

Se trata de un trabajo explicativo evaluativo, donde se describe el programa y evalúa el proceso. Se analizan fuentes primarias, entre ellas entrevistas a funcionarios vinculadas al tema, intercambio de información con funcionarios responsables de la implementación del proyecto, fuentes documentarias, resoluciones gubernamentales, y fuentes secundarias, información oficial de la página web de IIRSA, páginas oficiales de los correos oficiales de los distintos estados, diarios, informes del BID, estadísticas, entre otras.

¹⁸ BONOMELLI Graciela, Documento de Cátedra de Comercio Exterior, RRII, UNR, Power Point sobre Políticas Públicas. Diapositiva 3. En adelante, se citará así: (D. 3)

¹⁹ Conectividad se usa para hacer referencia no sólo a las comunicaciones habilitadas por las nuevas TIC –que permiten operaciones a larga distancia, desde la comodidad de la propia P.C., gracias a lo que se llama realidad virtual- sino también a las históricas vías de comunicación y transporte de bienes y personas que reclaman la presencia conjunta de quienes conversan o negocian: caminos, sistema de correos y paradores, dispensadores de combustibles, alojamiento y restaurante para transportistas y viajeros, servicios bancarios y legales en la propia ruta...

²⁰ *Ibidem*, D. 19. Los términos en cursiva son los componentes básicos de un sistema de decisiones de política pública.

²¹ *Ibidem*, D. 19.

Capítulo 1 “Sistema Exporta Fácil”

En este capítulo se desarrolla el rol de las pymes sudamericanas en los mercados externos y el papel jugado por la logística en la inserción externa de las pymes. Este análisis nos permite comprender las razones que motivan el Sistema Exporta Fácil y las premisas que lo sustentan. Luego se propone a Exporta Fácil como un potencial mecanismo de promoción de exportaciones desde el ámbito doméstico porque se focaliza en simplificar la “salida” del bien exportable del mercado interno. A continuación, se describen las instituciones involucradas en la ejecución del Sistema Exporta Fácil y el procedimiento para su implementación.

1.1 Pymes en Sudamérica y Logística

Las pymes son consideradas actores cruciales en el desarrollo de un país, sin embargo desempeñan papeles pocos relevantes en los mercados externos. En efecto, las pymes sudamericanas están menos orientadas a la exportación que las de otras partes del mundo. Mientras estas firmas generan en el ámbito doméstico la mayor parte del empleo y un porcentaje significativo de la producción, contribuyen con menos de un tercio del valor exportado en economías como Argentina, Brasil, y Colombia. Este escenario contrasta con el de algunas de las economías emergentes más dinámicas de Asia²².

Entre las ventajas a favor de las pequeñas y medianas empresas que ya se animaron a exportar se destacan: el incremento de las ventas externas durante la última década, como consecuencia de un proceso de aprendizaje y fortalecimiento de sus ventajas competitivas; y el desarrollo de un patrón exportador más diversificado y con mayor valor agregado que el de las firmas exportadoras de mayor tamaño -particularmente en Argentina y Brasil-. El destino principal de sus exportaciones es el mercado regional, producto de la proximidad geográfica y cultural, así como de los esquemas de integración²³.

Sin embargo, ingresar al mercado externo presenta cierta complejidad, y previamente, es necesario enfrentar varios obstáculos, como la debilidad del capital humano, escaso financiamiento, reducida capacidad de producción que impide alcanzar economías de escala, falta de acceso a información relativa a mercados, baja incorporación de tecnología, y limitaciones logísticas para exportar²⁴.

En este trabajo abordaremos el último punto señalado, es decir, las limitaciones logísticas que deben enfrentar las pymes ante la intención de competir en el mercado externo, resaltando el rol jugado por el costo de transporte y la burocratización del proceso de despacho de exportación.

La logística implica un sistema con dos componentes, uno es la infraestructura física necesaria para transportar los bienes de forma eficaz (camino, puertos, aeropuertos y red ferroviaria) y el otro, los servicios y procesos asociados para comercializar los productos, (procedimientos aduaneros, licencias y tarifas, regulaciones, inspecciones y certificados, empaquetado, entre otros)²⁵.

²² BID – INTAL, “Desafíos e iniciativas para la inserción internacional de las PYMES en la región”, N° 202, junio 2013, p 1, disponible en, <http://www.iadb.org/intal/cartamensual/cartas/Articulo.aspx?Id=e2cfbdab-f98f-4c6c-bad2-a818338c4669>, consulta 6 de enero de 2014

²³ Ibídem, p2.

²⁴ Ibídem, p2.

²⁵ GUASCH, José Luis. “La logística como motor de la competitividad en América Latina y el Caribe”. Presentado en el V Foro de Competitividad de las Américas para el Banco Interamericano de Desarrollo y

El Banco Mundial, el BID y la Comisión Económica para América Latina (CEPAL) advierten sobre los impactos negativos de los altos costos logísticos y argumentan que se han convertido en un verdadero golpe a la competitividad y una variable que juega en contra a la hora de conquistar mercados externos. “En América Latina y el Caribe (ALC), los costos logísticos oscilan entre el 18% y el 35% del valor del producto, e incluso más en el caso de las pequeñas y medianas empresas que alcanza el 45% del valor del producto, comparado con aproximadamente el 8% del valor del producto en los países de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE)”²⁶. En promedio, los derechos de importación - impuesto que grava a los bienes y servicios cuando cruzan la frontera nacional o aduanera de un territorio económico - han disminuido en ALC desde comienzos de los años noventa. Representan aproximadamente el 11% del valor del producto, y oscilan entre 6% y 14%, dependiendo del país, porcentajes muy inferiores a los costos logísticos²⁷. Con la reducción gradual de los aranceles aduaneros y la proliferación de Acuerdos de Libre Comercio, la logística devino en un costo mayor que el de los aranceles²⁸.

Si analizamos “la infraestructura física”, primer componente de la logística, las insuficientes inversiones en materia de infraestructura de transporte en la región han generado que los costos de transporte en América Latina sean un 50% más elevado que los costos del sudeste asiático. El crecimiento del comercio exterior ha puesto en evidencia las serias deficiencias de la región en relación a su infraestructura, en materia de disponibilidad y calidad. El acceso a servicios básicos de transporte, es uno de los principales desafíos que enfrenta el crecimiento del comercio en América latina²⁹.

El segundo componente de la logística son los “servicios y procesos asociados para comercializar los productos” y aquí encontramos otra deficiencia regional. Los procedimientos de exportación son engorrosos, lentos, excesivamente burocratizados y muy onerosos. En esta misma línea el Banco Mundial sostiene que para disminuir gastos y aumentar la competitividad, es necesario tomar medidas en el ámbito de la facilitación del comercio internacional, y aconseja modernizar y agilizar el procedimiento aduanero.

En este contexto, EF, es una herramienta de promoción de exportaciones que pretende contribuir a aumentar la competitividad de las pymes al ser diseñada como un aporte a los desafíos en materia de transporte y facilitación del comercio.

En el área de transporte, EF contribuye a reducir el costo del flete internacional, ofreciendo al correo público como una alternativa más entre las empresas de transporte y desarrollando una “infraestructura logística postal”. Con esta intención se capacita a los correos públicos nacionales para cubrir el segmento de transportes de cargas de bajo peso y reducidas dimensiones. Al ingresar, el correo público, al segmento de courier, (courier es un servicio puerta a puerta de envío de documentos y mercadería de poco volumen y

el Compete Caribbean. Santo Domingo, República Dominicana, Octubre 2011, p 6, disponible en: <http://www.iadb.org/es/publicaciones/detalle,7101.html?dctype=All&dclanguage=es&id=31106%20>, consulta 4 de febrero de 2014.

²⁶Ibidem, p 3.

²⁷Ibidem.

²⁸ GONZALEZ, Julio; GUASCH, José y SEREBRISKY, Tomás, “América Latina: altos costos logísticos y una infraestructura precaria para el transporte de las mercancías”, CCLAC, Agosto 2007, p 5, disponible en http://www.iadb.org/res/consultasanjose/files/summary_sp_esp/infrastructure_summary_esp.pdf, Consulta 28 de octubre de 2013.

²⁹PROFESIONAL <http://www.iprofesional.com/notas/61981-Costos-logisticos-un-verdadero-golpe-a-la-competitividad>. Consulta 26 de octubre de 2013.

peso y de valor inferior a USD1000) se extiende el servicio hacia áreas periféricas desatendidas por el sector privado, y se comienza a competir con los courier privados (FEDEX, TNT, DHL, UPS) empujando los precios de los fletes internacionales a la baja. Paralelamente EF propone una utilización eficiente de los recursos nacionales disponibles, al estimular la participación de los correos públicos en este segmento.

En el área de facilitación del comercio, EF simplifica el procedimiento aduanero de exportación permitiéndole al interesado gestionar él mismo la exportación del bien a través de sencillos pasos. Como queda de manifiesto en el Manual de Facilitación del Comercio de la UNCTAD, la facilitación del comercio implica la “simplificación de procedimientos y documentos comerciales”. O sea, toda medida que agilice una transacción comercial y permita ahorrar tiempo y gastos pertenece a la categoría de facilitación del comercio. El propósito de las medidas de facilitación del comercio es establecer un entorno transparente y previsible para las transacciones transfronterizas, basado en la simplificación y normalización de las prácticas y procedimientos aduaneros, los requisitos de documentación, las operaciones de carga y tránsito y los acuerdos sobre el comercio y el transporte³⁰.

En conclusión, sencillos procedimientos de exportación, transportes más económicos y gestión aduanera sin costos, estimulan las exportaciones de las pymes e impactan en los precios finales de los bienes haciéndolos más competitivos en los mercados externos.

1.2 Razones que motivaron el Sistema EF

“Exporta Fácil”, es un sistema de exportación simplificado que tiene por finalidad facilitar el acceso al mercado externo de las pequeñas y medianas empresas. Para ello propone utilizar las estructuras de los correos nacionales a fin de reducir los costos de transporte y simplificar las gestiones burocráticas de la operatoria aduanera. Ambos procesos hacen más simple la práctica exportadora y empujan los costos a la baja.

Si bien, el sistema aún no se encuentra vigente en la República Argentina, se proyecta su ejecución en unos años. Su implementación en las economías de Brasil, Colombia, Ecuador, Perú y Uruguay, ha dado dispares, aunque positivos resultados. No obstante, todos coinciden en su carácter de herramienta de promoción comercial.

La composición empresarial sudamericana, se caracteriza por un alto porcentaje de pequeñas y medianas empresas, pese a que su participación en el total de las exportaciones nacionales es baja. Según informaciones de IIRSA entre los factores que dificultan el acceso de las pymes al mercado externo se encuentran: a) la dificultad para contar con medios de transportes internacionales en el interior del país a precios competitivos y b) la excesiva burocratización del proceso exportador que obliga a las pymes a contar con personal especializado capaz de gestionar las exportaciones. Ambos factores dificultan la inserción externa de la pymes y encarecen sus bienes.

El sistema Exporta Fácil pretende ser una respuesta a ambos obstáculos. El propósito es implantar en los países miembros de UNASUR interesados “un sistema de exportación simplificado que permita contribuir al fortalecimiento de las mipymes sudamericanas, facilitando su acceso al mercado internacional a través de una simplificación de los procedimientos

³⁰ UNCTAD, “Manual de Facilitación del Comercio”, diciembre 2005, p10, disponible en unctad.org/es/docs/sdtetlb20052_sp.pdf, consulta 6 de enero de 2014.

necesarios para la exportación, y una solución logística basada en la utilización de la infraestructura postal del operador público³¹.

1.3 Premisas del Sistema EF

El sistema involucra el compromiso de cada país de crear un régimen simplificado de exportación basado en ciertas premisas:

1. Realizar las adaptaciones normativas necesarias para facilitar las exportaciones de las pymes, y reducir los tiempos y los costos de la operatoria exportadora. Para ello, la liberación aduanera se basaría en la utilización de procedimientos definidos para facilitar el proceso de exportación y para minimizar la burocracia generalmente involucrada en estas transacciones.
2. Instrumentar un sistema digital que permita gestionar el trámite de exportación por Internet desde un hogar u oficina. El interesado debe ingresar la solicitud de exportación de sus productos desde el sitio web especialmente diseñado. Posteriormente, concurrir a la oficina de correo más próxima a su domicilio con los bienes a exportar, la documentación requerida de acuerdo al tipo de mercancía y la declaración impresa. El exportador podrá realizar en todo momento el seguimiento de sus envíos a través de Internet. El proceso de despacho de la mercadería sería el siguiente:
 - Paso 1:
El exportador, una vez obtenida su clave, ingresa al sistema.
Registra la mercadería a exportar.
Imprime la declaración de aduana.
 - Paso 2:
Lleva la mercadería a la oficina de correo.
Se le asigna una guía postal.
 - Paso 3:
En nuestro país se prevé centralizar el control aduanero en el Centro Postal Internacional, ubicado en la provincia de Bs. As. Es decir, todos los paquetes serían transportados desde la oficina de correo de la ciudad de origen, hacia la ciudad Bs. As, donde el personal aduanero validaría los datos³².
Una vez realizado el control físico y documentario, se envía la mercadería a su destino final en el exterior.
3. Determinar un monto máximo de cada operación de exportación. Brasil fijó el valor en USD 50.000, Uruguay en USD 3.500, Ecuador, Perú y Colombia en USD 5000.

³¹ IIRSA, "Presentación del proyecto regional Exportaciones por envíos postales para MIPYMES". Disponible en http://www.iirsa.org/admin_iirsa_web/Uploads/Documents/exfa_preentacion_general_del_preyecto.pdf. Consulta: 30 de septiembre de 2013.

³² Luis Brodín. Jefe de Departamento de Operaciones Internacionales, Correo Oficial de la República Argentina, Miembro de la Comisión Exporta Fácil en Argentina. Ver Anexo. Entrevista realizada el 25 de julio de 2013

4. Fijar el peso y el volumen de la mercadería pasible de exportar. Perú, Uruguay, Colombia y Ecuador establecieron un peso inferior a 30 kg. Brasil permite envíos de hasta 30 kg a través del sistema EMS (Servicio de Correo Express) y de 20 kg a través de los envíos de paquetería estándar.
5. No colocar límites diarios de exportaciones.
6. Utilizar las estructuras preexistentes del correo público para despachar y embarcar la mercadería con destino al exterior. La meta es proporcionar el acceso al mercado exterior a toda empresa, descentralizando la gestión aduanera y garantizando el transporte. En principio el servicio estaría disponible en, por lo menos, una oficina de correo por municipio. De este modo se incluiría a pueblos remotos que, sin la estructura de la red postal, podrían haber sido excluidos físicamente del acceso a un transportista para sus exportaciones y de la posibilidad de hacer aduana desde su propia ciudad.
7. Disponer en las terminales del correo de personal capacitado para recepcionar el despacho de la mercadería. El operador postal público actúa en nombre del exportador como intermediario en el proceso de despacho. Lo que implica prescindir de las figuras del despachante de aduana y del agente de transporte aduanero.
8. Reducir el valor de la mercadería exportada. Actualmente, en Argentina, únicamente los honorarios del despachante promedian un 1.5 % del valor FOB de cada operación. El sistema que se estudia eliminaría los gastos en concepto de:
 - Honorarios del despachante de aduana
 - Honorarios del agente de transporte aduanero
 - Seguro (en algunos casos)
 - Manipulación, estadía en el depósito fiscal y almacenaje.
9. Capacitar a los emprendedores de las pymes para la correcta utilización del sistema.

Según la experiencia de los países que se encuentran implementando el sistema, Brasil, Perú, Uruguay, Colombia y Ecuador, los bienes producidos por las pymes ganaron competitividad porque se redujeron los costos de gestión y transporte.

Podríamos inferir que el Sistema EF, sería un instrumento de gran utilidad para potenciar las pymes exportadoras, tanto en materia de inserción como de consolidación externa, dado que simplifica las primeras exportaciones de las pymes y contribuye a consolidar su permanencia.

Las primeras exportaciones, se identifican por ser envíos de escasas unidades, bajo peso, reducidas dimensiones y poco valor (rasgos de las mercaderías pasibles de ser enviadas a través del sistema exporta fácil). En una primera etapa, en la que el potencial cliente externo se encuentra conociendo el producto, la incipiente demanda podría ser satisfecha a través del sistema EF; y posteriormente, en una segunda etapa, en la que ya se

habrían acordado objetivos de venta, la demanda de mayores cantidades podría ser canalizada a través del régimen general de exportación vigente.

En aquellos mercados con presencia consolidada, el sistema garantiza costos competitivos en los envíos a minorista y consumidores finales. En este sentido, el sistema EF también beneficiaría a las medianas y grandes empresas al habilitar respuestas inmediatas a sus clientes externos ante eventuales emergencias. Por ejemplo, en ciertas ocasiones sucede que el envío de repuestos a los clientes externos se torna inviable por los altos costos, y es necesario esperar hasta la fecha de los grandes envíos pautados para amortizar los costos de logística.

Por otra parte, según Campos y Estévez, en los últimos 30 años el comercio mundial ha crecido más que la producción mundial y el mayor dinamismo se han dado en el comercio de insumos intermedios, como consecuencia de los procesos de fragmentación internacional de la producción y de la especialización en segmentos de la cadena productiva³³.

Este nuevo modelo productivo genera nuevas oportunidades a las pymes. El desarrollo de una infraestructura logística postal que facilita las exportaciones de los insumos intermedios estimularía a las pymes a asumir el desafío de insertarse en el mercado internacional.

El sistema EF podría considerarse un ejemplo de política propia de un Estado promotor: es decir, aquel que busca eliminar o disminuir los obstáculos del entorno para mejorar la competitividad de las empresas, maximizando el impacto de las acciones públicas y privadas de apoyo³⁴.

No obstante, implementar el sistema fue y es un auténtico desafío. El reto exige la articulación de los actores involucrados con importantes intereses en juego, en el que unos pierden (ejemplo: despachantes de aduana, agentes de transporte aduanero, courier) y otros ganan (ejemplo: pymes, correo oficiales). Sin embargo, no se debe olvidar que la finalidad del proyecto es beneficiar la economía en su conjunto generando herramientas capaces de colaborar en la competitividad nacional.

1.4 EF, un potencial mecanismo de promoción de exportaciones desde el ámbito doméstico.

Actualmente, en nuestro país existen múltiples mecanismos que buscan promover las exportaciones a través de la reducción de costos y la simplificación del acceso al mercado externo.

Entre los mecanismos que actúan sobre la *reducción de costos*, encontramos los denominados estímulos fiscales o impositivos, por ejemplo, el Régimen de Reintegro a las Exportaciones, consistente en la devolución total o parcial de los tributos interiores (ingresos brutos, IVA, tasas) que se hubiesen pagado en las distintas etapas de producción y comercialización de las mercaderías a exportar; el Régimen de Draw-Back que restituye los derechos de importación, la tasa de estadística y el IVA pagados por los insumos importados utilizados en la elaboración de los productos exportables y de sus envases; los Reembolsos, aplicados a las exportaciones originarias de la

³³ CAMPOS, Rosario y ESTEVEZ, Ignacio, "Metodología de análisis del potencial de integración productiva y desarrollo de servicios logísticos de valor agregado", BID Publicaciones, año 2012, p 1, disponible en http://www.iirsa.org/admin_iirsa_web/Uploads/Documents/iprlg_nota_tecnica.pdf, consulta 30 de noviembre de 2013.

³⁴ ZEBALLOS, Emilio, "Micro, pequeñas y medianas empresas en América Latina", Revista CEPAL Bs. As, N° 79, Abril 2003, p 64.

región ubicada al sur del Río Colorado y despachadas por los puertos patagónicos; y la devolución del IVA para no exportar impuestos locales, entre otros.

Gráfico N° 1. Mecanismos con impactos en los costos

Algunos mecanismos con impactos en los costos			
Estímulos fiscales			
Reintegro	Draw-Back	Reembolso Adiciona por la utilización de puertos patagónicos	Devolución del IVA
Régimen consiste en la devolución total o parcial de los tributos interiores que se hubieran pagado en las distintas etapas de producción y comercialización de las mercaderías a exportar manufacturadas en el país, nuevas y sin uso.	Restitución a los exportadores de los derechos de importación, la tasa de estadística y el IVA que se cargaron sobre los insumos de los bienes importados empleados en la elaboración del producto exportado, (o en sus envases).	Se aplica a las exportaciones que se realicen por todos los puertos patagónicos comprendidos entre San Antonio Este y Ushuaia. Mercaderías originarias de la región ubicada al sur del Río Colorado cuyas exportaciones se efectúen en estado natural o manufacturado en establecimientos industriales en la citada región.	Se procura eliminar el peso del gravamen local en los bienes exportables. Consiste en evitar la doble imposición internacional

Fuente: DRA. BONOMELLI, Graciela, Documento de Cátedra de Comercio Exterior, RRIL, UNR, 2013.

Adicionalmente, entre los mecanismos a disposición de las pymes que promueven su *acceso al mercado externo*, contamos con las Ferias Internacionales, definida como el espacio que permite a las pymes mostrar sus productos y servicios en las principales vidrieras internacionales, facilita el contacto face to face entre el exportador y el potencial cliente y permite que nuestra empresas conozcan directamente el sector, la competencia, los nuevos productos y tendencias. Las Rondas de Negocios Internacionales, consisten en la invitación a nuestro país de potenciales compradores de la oferta exportable argentina. Esta modalidad de promoción de las exportaciones ofrece a las Pymes ciertas ventajas: permite el ingreso al circuito exportador a las empresas que no cuentan con los recursos necesarios para iniciar la promoción de sus productos y servicios en el exterior, reduce significativamente los costos de contacto, entre otras. Otra herramienta de promoción de exportaciones al

alcance de las pymes son las Misiones Comerciales, que consisten en viajes de negocios a otros países donde se busca introducir productos y servicios en nuevos mercados a través de una Agenda de Negocios con contrapartes locales previamente pautadas por las embajadas en el exterior con el apoyo de diferentes instituciones públicas y privadas siguiendo un análisis de oportunidades comerciales en el mercado de destino. Finalmente, el servicio de Atención a Empresas de la Fundación Export.Ar, desde donde se brinda asesoramiento a las pequeñas y medianas empresas sobre los primeros pasos que deben seguir para iniciarse en la actividad exportadora, por citar solo algunos de los mecanismos vigentes³⁵.

Gráfico N° 2. Mecanismos que promueven la inserción externa

Algunos mecanismos que promueven la inserción externa			
Fomentan la apertura de nuevos mercados			
Ferias Internacionales	Rondas de Negocios Internacionales	Misiones Comerciales	Atención a Empresas
Permite a las pymes mostrar sus productos y servicios en las principales vidrieras internacionales. Facilita el contacto cara a cara, conocer el sector, la competencia, los nuevos productos y tendencias.	Consisten en la invitación a nuestro país de potenciales compradores de la oferta exportable argentina.	De acuerdo a un análisis de oportunidades comerciales en el mercado de destino, se realizan viajes de negocios a otros países donde se busca introducir productos y servicios en nuevos mercados a través de una Agenda de Negocios.	Se brinda asesoramiento sobre los primeros pasos para iniciarse en la actividad exportadora.

Fuente: elaboración propia en base a la información publicada por la Fundación Export.Ar.

EF es una nueva herramienta de promoción de exportaciones que se implementa en varios países latinoamericanos y viene a “complementar” los mecanismos de promoción mencionados, o sea aquellos que impactan en los costos de los bienes exportables, y aquellos que fomentan el acceso de nuevos mercados. Si bien esta nueva herramienta puede ser utilizada por todo tipo de empresa, ha sido elaborada pensando en las necesidades de las micro, pequeñas y medianas empresas.

EF impacta en los “costos” del bien exportable de modo directo, al reducir el valor del flete internacional y al eliminar el costo de la gestión aduanera. Se diferencia de los estímulos fiscales e impositivos porque el empresario no debe pagar y después esperar el reintegro o la devolución del

³⁵ Fundación Export.Ar, “Capacitación”, disponible en http://www.exportar.org.ar/web2013/capacitacion_evento.php?ndoc=426, consulta 25 de octubre de 2013.

dinero. Directamente, el empresario no abona el costo de la gestión aduanera y puede optar por un flete internacional a un valor reducido, provisto por el operador postal público. Ambos factores influyen directamente en el precio final del bien, dotándolo de mayor competitividad en el escenario internacional y por otra parte, permiten que el empresario continúe haciendo circular el capital ahorrado en cada operación.

Gráfico N° 3. EF: impactos en los costos y en el procedimiento

Exporta Fácil		
Impacto en los costos		Impacto en el Procedimiento
Transporte	Gestión Aduanera	Gestión Aduanera
Reduce el valor del flete internacional al utilizar la infraestructura del correo público.	Elimina el costo de la gestión aduanera al prescindir de la figura del despachante de aduana.	Simplifica el procedimiento de exportación en cortos y fáciles pasos.

Fuente: elaboración propia.

Además, Exporta Fácil modifica el “procedimiento” para las exportaciones de bajo valor al simplificar la operatoria de destinación aduanera. La empresa, con su clave, ingresa a la página Web del Servicio Aduanero y carga su declaración de exportación, sin necesidad de contar con el asesoramiento de un despachante de aduana y sin la intervención de un agente de transporte aduanero. Podríamos decir que esta herramienta complementa a los mecanismos de promoción de exportación vigentes porque simplifica la “salida” del bien del territorio aduanero nacional. O sea, se articula con herramientas como Ferias Internacionales, Misiones Comerciales, entre otras, porque mientras estas se focalizan en el “ingreso” de los bienes nacionales en el mercado externo, EF simplifica el “egreso” del bien exportable del mercado nacional.

Gráfico N° 4. Mecanismos de promoción de exportaciones actuales y potenciales

Mecanismos de Promoción de Exportaciones actuales		Potencial mecanismo de promoción de Exportaciones
-Ferias Internacionales -Misiones Comerciales	-Reintegro -Draw-Back -IVA -Reembolso	EF
Promueven la inserción del bien en el mercado externo.		Simplifica la salida del bien del ámbito domestico.

Fuente: elaboración propia.

EF facilita el acceso de las pymes al mercado internacional al implementar un sistema de exportación simple y de fácil acceso. Al convertirse

el procedimiento de exportación en una gestión sencilla, se eliminan la imagen de una tarea burocrática pesada y se estimula al exportador a competir en el mercado internacional. Paralelamente, el exportador, familiarizado con su correo público, le resulta natural confiar en esta institución al momento de trasladar sus productos al exterior.

En un contexto en el que la capacidad de las micro, pequeñas y medianas empresas para acceder a los mercados externos se incrementa gracias a las TIC, EF se presenta como una herramienta capaz de contribuir a satisfacer esa demanda de modo inmediato. De hecho, los diez productos más vendidos a través del comercio electrónico (ticket, libros, ropa, DVD, juguetes, cosméticos, CD, electrónicos) son elementos que fácilmente pueden ser enviados a través del correo³⁶.

1.5 Instituciones involucradas en el Sistema EF

Según el documento de presentación del proyecto a nivel sudamericano elaborada por IIRSA, los actores del grupo multisectorial de trabajo serían: las instituciones vinculadas al *proceso* de exportación de cada país, las instituciones abocadas a la *promoción* de las exportaciones y las instituciones que promueven el *desarrollo* de las Pymes:

- Instituciones públicas nacionales involucradas en el *proceso* de exportación: cada una de las instituciones involucradas dependerá de la organización de cada de Estado, por ejemplo por nombrar solo algunas, en Argentina las instituciones serían, Aduana, AFIP y Correo Argentino. En Colombia serían por ejemplo, Servicios Postales Nacionales SA 4-72, la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales. En Perú Servicios Postales del Perú, Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria. En Brasil, Correos y Aduana.
- Instituciones públicas nacionales de *promoción* de exportaciones, por ejemplo, en Argentina el Ministerio de Relaciones Exteriores, Comercio Internacional y Culto y Fundación ExportAr; en Colombia Proexport; en Perú la Comisión de Promoción del Perú para las exportaciones y el Turismo (PROMPERU) y en Brasil la Secretaría de Comercio Exterior.
- Las instituciones de apoyo al *desarrollo* de las pymes, por ejemplo SEPYME en Argentina, la Dirección de Mipymes en Colombia, entre otras.

Paralelamente, los gobiernos de Perú y Brasil asisten técnicamente a cada uno de los países en el proceso de implementación y desarrollo del proyecto. Se trata de un proyecto en el que intervienen un conjunto de instituciones y una de las claves del éxito radica en la buena coordinación interinstitucional.

EF cuenta con el apoyo financiero del BID/FOMIN (Fondo Multilateral de Inversiones del Banco Interamericano de Desarrollo), a través de una cooperación técnica no reembolsable que ha permitido la implementación del servicio en Perú, Uruguay, Colombia y Ecuador. A su vez, el BID ha apoyado la realización del pre-diagnóstico en Chile y en Bolivia y conjuntamente con la

³⁶ LOUVISON, Marise Helena. "Estudio de relevamiento de mejores prácticas para la simplificación de procesos de importación por envíos postales", Santiago de Chile, octubre 2013, disponible en http://www.iirsa.org/admin_iirsa_web/Uploads/Documents/relevamiento_mejores_practicas_procesos_aduaneros.pdf, consulta 13 de diciembre 2013.

CAF (Corporación Andina de Fomento) han financiado la etapa de diagnóstico en Argentina. En noviembre de 2012 el BID aprobó una Cooperación Técnica No Reembolsable para mejorar y fortalecer el sistema simplificado de exportación por medio de la infraestructura logística de la red postal en aquellos países que ya lo tienen desarrollado (Perú, Colombia, Ecuador y Uruguay) e identificar las mejores prácticas de gestión de procesos aduaneros postales en la región, entre otros.

Asimismo, FONPLATA, ha financiado la visita de pre-diagnóstico para la implementación del proyecto en Argentina y en Uruguay.

Para el caso de Perú, existen otros actores, como el Banco Mundial que ha apoyado el proyecto a través del “Proyecto Para Mejorar La Oferta Productiva y Facilitar El Comercio Exterior” que se venía desarrollando en Perú desde el 2003³⁷.

Brasil sugirió que la UPAEP (Unión Postal de los Países de América, España y Portugal) sea la institución encargada de administrar los fondos, naturalmente siguiendo la programación y la metodología de control y el seguimiento establecido para el proyecto en el ámbito de la IIRSA. La elección de la UPAEP se justifica por el hecho de ser la institución intergubernamental orientada específicamente hacia el sector postal (área del proyecto) y por ser un organismo regional con profundo conocimiento de los mercados de los países miembros y, principalmente, por tener una vasta experiencia en las actividades de consultoría de temas postales para los operadores de la región sudamericana.

En síntesis, FONPLATA, CAF y BID son los organismos financieros y UPAEP el organismo ejecutor.

1.6 Procedimiento e implementación del Sistema EF

Antes de continuar es necesario señalar que toda la información de este apartado ha sido extraída de la Guía de Implementación del proyecto³⁸.

En primer lugar, cada país debe manifestar su interés de implementar el Sistema EF ante IIRSA. Inmediatamente se firma un Acuerdo de Compromiso de Confidencialidad de tratamiento de las informaciones entre las partes participantes con el objeto de asegurar el tratamiento confidencial de la información que se comparta en las diferentes fases.

Grafico N° 5. Cinco pasos del procedimiento EF

PRIMER PASO
Manifestación de interés en EF
Acuerdo de Compromiso de Confidencialidad

En segundo lugar, se conforma el equipo de coordinación nacional, coordinado por la coordinación nacional de IIRSA, y constituido por aduana, correos, secretaria de comercio exterior, ministerio de transporte y/o

³⁷ “Guía de implementación del proyecto”, en Página oficial de [I.I.R.S.A.](http://www.iirsa.org/admin_iirsa_web/Uploads/Documents/exfa_implementacion_por_pais_2.3.pdf) http://www.iirsa.org/admin_iirsa_web/Uploads/Documents/exfa_implementacion_por_pais_2.3.pdf. Consulta: 30 de septiembre de 2013.

³⁸ “Guía de implementación del proyecto”, ibídem.

comunicaciones e instituciones de promoción de las pymes. O sea, organismos vinculados tanto al proyecto, como al proceso de exportación nacional.

Las funciones del equipo de coordinación nacional son: recabar información sobre procedimientos y rutinas, y aplicación de la normativa nacional; analizar el grado de compromiso de cada institución vinculada al proyecto y al proceso exportador; indicar si existe un ambiente a favor de la implementación del proyecto.

SEGUNDO PASO
Constitución del Equipo de Coordinación Nacional
Análisis de procedimientos, rutinas, normativa, compromiso institucional
Evaluación del ambiente

En tercer lugar el equipo de coordinación nacional debe responder el cuestionario del proyecto. El cuestionario busca recopilar información sobre el proceso de exportación e identificar los principales agentes, a fin de orientar la visita técnica de pre-diagnóstico que evaluará la viabilidad de implementar el proyecto.

TERCER PASO
El Equipo de Coordinación Nacional responde el cuestionario de viabilidad de EF

En cuarto lugar, se realiza la visita técnica de pre-diagnostico y sensibilización.

Los objetivos de la visita técnica de pre-diagnóstico son:

- ✓ Presentar el proyecto “Exportación por Envíos Postales para Micro Pequeñas y Medianas Empresas (Mipymes), actualmente “Integración Comercial por Envíos Postales para Mipymes”, comentando la exitosa experiencia de Brasil y la experiencia de un país de reciente implementación.
- ✓ Evaluar la viabilidad del proyecto en el país.
- ✓ Identificar si el operador postal público cuenta con las condiciones necesarias para desempeñar su rol.
- ✓ Sensibilizar a las autoridades del proyecto.

El resultado de la visita técnica queda plasmado en un “Informe de pre-diagnostico”, y a petición del país receptor, puede ser puesto a discusión en una segunda visita técnica. La primera visita tiene una duración de 8 a 10 días, con una posible segunda visita de 2 o 3 días para discutir el Informe de pre-diagnostico.

CUARTO PASO
Visita técnica de pre-diagnostico y sensibilización de autoridades
Elaboración de “Informe de pre- diagnostico”

Es condición necesaria para la realización de la visita que el país receptor proporcione la información que se detalla a continuación:

- ◇ Organizaciones involucradas en el desarrollo del proyecto y rol a desempeñar.
- ◇ Organismos involucrados en el proceso exportador
- ◇ Estadísticas sobre las exportaciones: mercados de destino, productos exportados y montos.
- ◇ Análisis de los procesos de exportación.
- ◇ Información sobre operados postales públicos y privados que trabajen en el segmento de envíos postales.
- ◇ Organizaciones y programas de ayuda a las pymes exportadoras y pymes en general.
- ◇ Estadísticas sobre las exportaciones de las pymes.
- ◇ Información sobre los canales de comunicación para llegar a las pymes
- ◇ Ubicación geográfica de operadores públicos y privados
- ◇ Análisis de los envíos postales regionales.
- ◇ Capacidad de capacitarse y entrenarse por parte del sector operador postal público.
- ◇ Legislación sobre: preferencias arancelarias, procedimientos aduaneros de exportación, límites en valores y pesos.
- ◇ Análisis de productos importados y exportados con estas características.
- ◇ Normas relativas al proceso de exportación simplificado.

En quinto lugar, se definen los términos del Memorando de entendimiento de cooperación técnica para apoyar al equipo nacional que deberá diseñar y ejecutar el servicio de exportación simplificado.

QUINTO PASO
Elaboración de Memorándum de Cooperación Técnica

Fuente: elaboración propia.

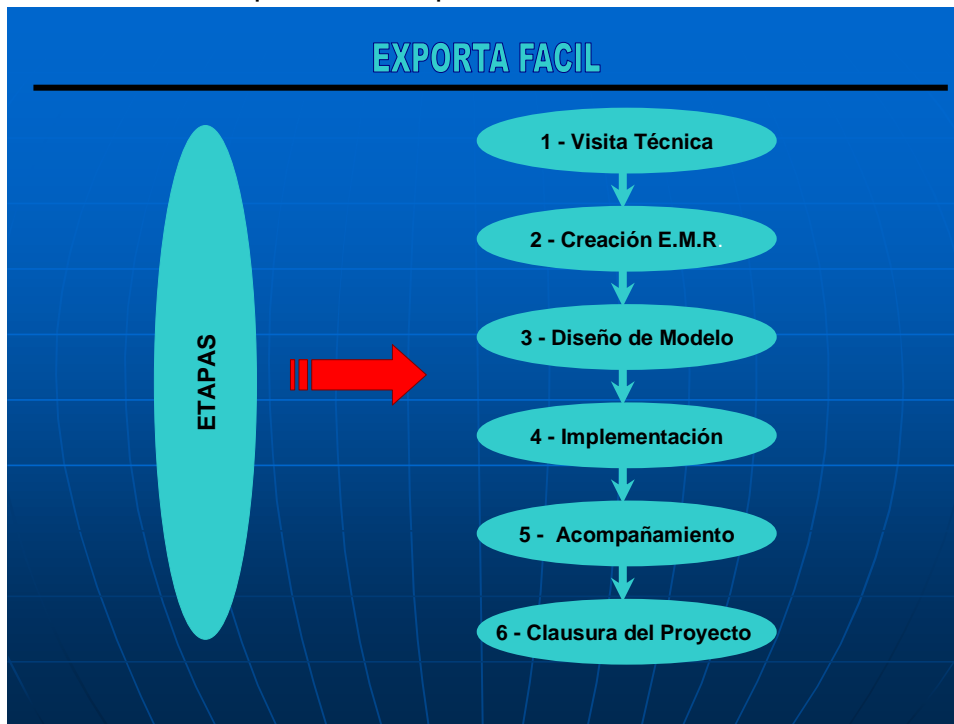
Luego de haber cumplido con los 5 pasos del procedimiento, el proyecto se implementa en las siguientes etapas:

1. El equipo de coordinación nacional, dispuesto a implementar el proyecto, realiza una visita técnica a un país que tenga el servicio en funcionamiento.
2. Se crea un equipo multisectorial regional que trabaja en forma directa y coordinada con las instituciones pares del grupo multisectorial nacional. En esta etapa se analiza las funciones de cada una de las instituciones y su normativa, de modo tal que sea factible estructurar el sistema simplificado de exportaciones por envíos postales. En esta fase se analiza: legislación de exportación, legislación de la Unión Postal Universal y otros acuerdos, servicios de correos ofrecidos, cultura exportadora, logística nacional e internacional, nivel tecnológico, entre otros. Se elabora un diagnóstico.
3. Diseño del modelo a implementar. En este momento se define el servicio "Exporta Fácil" para el operador postal público y se realizan propuestas

de ajustes en los procedimientos de exportación, con la finalidad de simplificar y reducir el costo para el servicio. En esta fase se plasman las siguientes acciones: adaptaciones legales, definición de responsabilidades de cada una de las instituciones involucradas, entrenamiento del operador público, capacitación de las empresas exportadoras y no exportadoras, capacitación del resto de las instituciones involucradas.

4. Implementación. Se realiza en dos pasos, implementación piloto y lanzamiento.
5. Acompañamiento. Se efectúa a los 6 y 12 meses de ejecutado el proyecto con la intención de realizar los ajustes necesarios e identificar las buenas prácticas locales desarrolladas que puedan ser aprovechadas en otros estados.
6. Clausura del proyecto: se realiza a los seis meses del segundo acompañamiento y se presentan ante las autoridades nacionales los logros y potencialidades del proyecto.

Grafico N° 6. Etapas de la implementación de EF



Fuente: elaboración propia.

1.7 Conclusiones del Capítulo

Exporta Fácil, es una correcta herramienta de promoción de exportaciones de las pymes porque ofrece una solución a los obstáculos detectados (altos costos de transporte y excesivas gestiones burocráticas de la operatoria aduanera).

Sin embargo, su implementación exige cumplir con cada una de las premisas que dan sustento al sistema EF. Lo cual se presenta como un auténtico desafío para cada de uno de los estados interesados en este recurso.

Por otra parte, EF complementa los mecanismos de promoción de exportación vigentes porque focaliza en un punto distinto: economiza y simplifica la “salida” del bien exportable del territorio aduanero nacional.

En materia de instituciones, el programa requiere de una compleja articulación institucional que involucra a las instituciones vinculadas al *proceso* de exportación de cada país, a las instituciones abocadas a la *promoción* de las exportaciones y a las instituciones que promueven el *desarrollo* de las Pymes. La coordinación entre ellas se presenta como un verdadero reto.

Por último, el programa demanda un riguroso procedimiento de evaluación del ambiente y/o contexto y establece claras etapas en el proceso de implementación.

Capítulo 2 “Exporta Fácil en los países de UNASUR”

En este capítulo se describe brevemente la situación de EF en cada uno de los doce países miembro de la UNASUR. A posteriori se desarrolla y evalúa la aplicación del sistema EF en Brasil, país elegido por ser el ámbito en el que se origina el sistema. Luego se describe y analiza su implementación en Perú y Colombia, por ser los dos países en los que EF se encuentra en su estado más avanzado. Finalmente se presenta el estado actual (a mayo de 2014) del sistema EF en Argentina. Como lo adelantamos, se incluye el análisis del sistema EF en Argentina por ser un trabajo escrito desde este país.

2.1 Resumen de la situación de EF por país

Grafico N° 7. Resumen EF por país

Países	Situación a septiembre 2013	Observaciones
1) Argentina	Pre-diagnóstico en 2007/2008 Diagnostico 2010. AFIP, la CNC, SEPYME, Aduana y el Correo suscriben un “Acuerdo Marco de Cooperación Técnica e Institucional para la instrumentación del Proyecto de exportación por envíos postales para pymes” 2010.	En suspenso. No se ha avanzado por razones políticas y normativas.
2) Bolivia	Pre-diagnóstico en 2010	Se están realizando acciones de reestructuración del correo para que se den las condiciones mínimas para poder implementar EF.
3) Brasil	País donde el proyecto EF ha alcanzado un mayor nivel desde su implementación en 1999 (país pionero)	El servicio EF necesita adaptarse a las nuevas demandas de los clientes.
4) Chile	Se hizo pre-diagnóstico y diagnóstico que resultó	Implementación en suspenso por decisión

	favorable en el 2010. Septiembre de 2013 manifiesta su deseo de seguir aprendiendo para iniciar a posteriori su implementación.	gubernamental.
5) Colombia	Lanzamiento del proyecto a nivel nacional en julio de 2010	Hubo cambios en la gestión del proyecto lo que ha incidido en sus resultados.
6) Ecuador	El proyecto está en funcionamiento y con muy buenos resultados desde noviembre de 2011.	Los resultados del servicio EF son muy buenos.
7) Guyana	El país no ha manifestado interés en el proyecto y por ende no se han realizado actividades relativas a su implementación	-
8) Perú	El proyecto está en funcionamiento y con muy buenos resultados desde 2007.	Los resultados del servicio EF son muy buenos, pero este mercado aún requiere otros servicios de logística y aduanas.
9) Suriname	El país no ha manifestado interés en el proyecto y por ende no se han realizado actividades relativas a su implementación.	-
10) Uruguay	El proyecto se lanzó en el año 2009	Puntos detectados: la falta de cultura exportadora en el país y la presencia destacada de los despachantes de aduana y su intervención en EF. Adicionalmente, la

		coordinación del proyecto estaba en manos del correo, ahora pasó a manos de DINAPYME: Dirección Nacional de PYMES. Necesidad de adaptar el modelo del servicio a las nuevas normativas del sector postal.
11) Venezuela	Se hizo el pre-diagnóstico en 2007	No ha habido ningún avance posterior.
12) Paraguay	Solicita el pre-diagnostico para el 2014.	

Fuente: Louvison Marise Helena. "Estudio de relevamiento de mejores prácticas para la simplificación de procesos de importación por envíos postales" Octubre de 2013 en http://www.iirsa.org/admin_iirsa_web/Uploads/Documents/relevamiento_mejores_practicas_procesos_aduaneros.pdf.

Resumiendo, EF está en plena vigencia en cinco estados de UNASUR. EF ha sido lanzado en Brasil (1999), Perú (2007), Uruguay (2009), Colombia (2010) y Ecuador (2011). Se han realizado trabajos con distintos niveles de avance en cuatro estados, Argentina, Bolivia, Chile y Venezuela. Guyana y Suriname no han manifestado interés en el sistema y Paraguay ha solicitado actividades de pre-diagnostico para el 2014.

Grafico N° 8. Fechas de lanzamiento de EF en Brasil, Perú, Uruguay, Colombia y Ecuador



2.2 BRASIL

En esta sección se desarrolla la nueva modalidad de exportación que se origina en Brasil plasmada en la “Declaración Simplificada de Exportación” (DSE), sus características y el rol desempeñado por el correo de Brasil en su diseño. Las instituciones involucradas y sus funciones. Los resultados de EF en Brasil, sus beneficios, desafíos y límites.

2.2.1 Brasil líder de Exporta Fácil en la región

Históricamente, las pequeñas y medianas empresas brasileñas han registrado una baja participación en el comercio internacional. En 1999 (año en el que se comienza a elaborar el proyecto), contribuyeron solamente al 2,3% del total de las exportaciones. Según Caron y Ansón esto puede explicarse, en parte, por las demoras y costos creados por la excesiva burocracia del proceso de exportación, y por los elevados costos para transportar productos de bajo valor y reducidas dimensiones.

En 1999, la Empresa de Correos y Telégrafos de Brasil diseña un nuevo procedimiento para estimular la exportación de bienes de bajo valor sin tener que enfrentar las complejidades del proceso normal, reduciendo el número de pasos requeridos para registrar una exportación y sin intervención del despachante de aduana. Durante ese año, distintos ministerios del gobierno brasileño (fundamentalmente el Ministerio de Comunicaciones –Correos -, y el Ministerio de Hacienda – Aduana -) trabajan para modificar la legislación, e introducir una nueva forma de exportación simplificada denominada “Declaración Simplificada de Exportación” (DSE) que se aplicaría a las exportaciones de bienes cuyo valor fuese menor a 10.000 USD (este límite fue incrementado a 20.000 USD en 2006, y a 50.000 USD en 2008). Un año después, en el 2000, se lanza el servicio EF.

El nuevo Servicio Exporta Fácil (EF) a través de la Declaración Simplificada de Exportación (DSE) permite:

- Exportar desde ciudades donde no hay Aduana: basta con que el interesado se dirija a una unidad de atención del operador postal público o privado y manifieste su interés de exportar.
- Prescindir del despachante de aduanas: el correo, reemplaza a la figura del despachante de aduanas y es quien representa ahora al exportador. Por ende, el operador postal es el responsable de efectuar los registros de exportación en el Sistema Integrado de Comercio Exterior – SISCOMEX.
- Reducir costos: la gestión descrita en el punto de arriba no tiene costo.
- Preparar la exportación de modo abreviado: se completa un único formulario.
- Estar exentos de inscripción en el Registro de Importadores y Exportadores (REI). Desde 1999 la inscripción en REI de la Secretaría de Comercio Exterior (SECEX) no se exige cuando el valor de la operación es menor de USD 50.000 y las mercancías se envían por correo; y es automática en el momento de la primera operación de exportación/importación para las operaciones superiores a USD 50.000.³⁹

³⁹ OMC, “Examen de las políticas comerciales. Brasil. Políticas y prácticas comerciales, por medidas”, Brasil, marzo 2009, disponible en http://www.wto.org/spanish/tratop_s/tpr_s/s212-03_s.doc, consulta 7 de enero de 2014.

- Optar entre operador postal público o privado para el transporte del bien al exterior.
- El sistema permite exportaciones hasta por un peso de 30 kg, y un valor máximo de USD 50.000 en mercaderías.
- Están autorizadas a hacer uso del sistema todo tipo de empresa inclusive personas físicas.

De esta forma, Brasil comienza a contar con dos alternativas para exportar: bajo el régimen EF/DSE o a través de los procedimientos normales de Registro de Exportación (RE). Como se ve, utilizando EF, el procedimiento se simplifica.

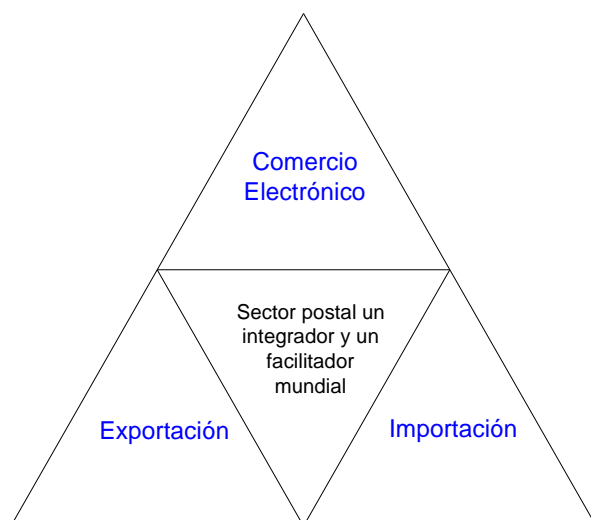
Grafico N° 9. Dos caminos para exportar en Brasil

Dos caminos para exportar	
<i>Procedimiento del Registro de Exportaciones Normal "RE":</i>	<i>Procedimiento DSE/Exporta Fácil</i>
<ul style="list-style-type: none"> • Inscribirse como empresa exportadora • Obtener de la Secretaria Federal de Ingresos una clave para el sistema SISCOMEX • Hacer una lista de empaque • Establecer una nota fiscal • Registrar la exportacion en el registro de exportaciones (RE) • Inscribir la exportación en el sistema SISCOMEX. 	<ul style="list-style-type: none"> • Llenar un formulario • Dar el paquete al transportista, quien registra la declaración DSE (inscribe la exportación en el sistema SISCOMEX).

Fuente: www.aprendoaexportar.br – En Justin Caron y José Ansón. "Facilitación del comercio a través de la red postal". Economía postal en países en desarrollo.

Aunque la idea original del proyecto vino del responsable postal oficial, se decidió que este procedimiento de exportación estaría disponible para las exportaciones efectuadas a través de cualquier operador postal o logístico, público o privado. La cobertura de las grandes redes postales existentes, podría ser explotada para ofrecer transporte internacional a las exportaciones de bajo valor desde sitios geográficos periféricos donde los transportistas privados no actuaban, o en su defecto con un costo muy elevado, resolviendo una potencial "falta de mercado" en la accesibilidad de los servicios logísticos. Esta fue la justificación de Correos para lograr el apoyo gubernamental al proyecto EF.

Grafico N° 10. Rol de Correo en Brasil



Fuente: IIRSA.

http://www.iirsa.org/admin_iirsa_web/Uploads/Documents/integ_comercial_santiago13_notas.pdf

El correo de Brasil ha diseñado un sitio web (<http://www.correios.com.br/exportafacil/como-comprar.htm>) destinado a evacuar cualquier duda a los usuarios del servicio EF. Este sitio brinda la posibilidad de calcular el costo de un envío, el plazo de entrega, hacer un rastreo de la mercadería en tránsito, conocer las prohibiciones y restricciones en destino, consultar la NCM (Nomenclatura Común del MERCOSUR), acceder a la cotización de la moneda del país de destino, contar con un instructivo sobre como elaborar facturas proforma y facturas comerciales y un listado de las agencias de correo disponible por municipio.

A continuación se detallan las principales instituciones involucradas en EF.

Grafico N° 11. Instituciones involucradas y función en Brasil

Instituciones Participantes	Función
Ministerio de Comunicaciones y Correo.	Coordinación.
SECEX/MDIC - Secretaría de Comercio Exterior / Ministerio de Desarrollo, Industria y Comercio Exterior.	Confección de la nueva legislación (DSE), y fomento de la cultura exportadora.
ADUANA.	Aplicación DSE
BANCO CENTRAL.	Pagos por giros postales
ANVISA - Agencia Nacional de Vigilancia Sanitaria	Órgano anuente
IBAMA -Instituto Brasileño de Medio Ambiente y Recursos Naturales Renovables	Órgano anuente
SEBRAE - Servicio Brasileño de Apoyo a las Micro y Pequeñas Empresas.	Apoyo a las Mipymes exportadoras foco en los clientes
APEX - Agencia de Promoción de Exportaciones e Inversiones	Promoción de las exportaciones foco en el producto

Fuente: www.aprendoaexportar.br – En Justin Caron y José Ansón.

2.2.2 Resultados de EF Brasil

En Brasil se observa una clara evolución hacia arriba de los “montos” de las exportaciones de bajo valor. Casi 11 mil empresas ya utilizaron el servicio desde el inicio del mismo y para el 15 % de las empresas exportadoras, EF representó su canal exportador exclusivo⁴⁰, que de no existir, no habrían exportado. Es decir, a través de EF se logró un incremento del 15% en la base de empresas exportadoras, sin embargo las exportaciones a través de EF sólo representan el 0.10% del total de las exportaciones brasileñas⁴¹.

Los destinos predominantes de las exportaciones EF fueron Estados Unidos, los países vecinos y Europa, no obstante se registraron transacciones comerciales con 198 países. Los diez principales países destinos para el año 2013 fueron⁴²:

Gráfico N° 12. Principales destinos de las exportaciones EF desde Brasil

Principais Países de Destino - 2013	Total de Remessas	Participação %
ESTADOS UNIDOS	44.056	23,57
CHILE	11.870	6,35
ARGENTINA	11.718	6,27
COLOMBIA	10.244	5,48
MEXICO	10.093	5,40
ALEMANHA	8.900	4,76
FRANCA	5.006	2,68
JAPAO	4.925	2,64
PERU	4.710	2,52
CANADA	4.531	2,42

Fuente: GONÇALVES, Ivan Luiz y DUARTE GODOY, Myriam, “Exportao por Envios Postais - Relatório Mensal”, Ministerio de Comunicaciones de Brasil.

Los principales productos exportados por EF fueron textiles (en número) y artículos de joyería y metales preciosos (en valor). Sin embargo, EF ha contribuido a diversificar la oferta exportadora del país expresada en, por ejemplo, partes y accesorios para vehículos, tornillos, roscas y otros artículos de hierros, soportes para grabación de sonidos, artículos de caucho, interruptores y conectores eléctricos, libros, bisutería, manivelas y engranajes, válvulas, calderas, entre otros⁴³.

⁴⁰ IIRSA, “Exporta Fácil Brasil: avances, resultados, y futuro”, Santiago de Chile, Septiembre 2013, p 7, disponible en http://www.iirsa.org/admin_iirsa_web/Uploads/Documents/envios_postales_santiago13_anexo9_Brasil.pdf, consulta 20 febrero 2014.

⁴¹ CARON, Justin y ANSON, José, “Facilitación del comercio a través de la red postal. Economía postal en países en desarrollo”, UPU, año 2008, p 29, disponible en http://siteresources.worldbank.org/INTRANETTRADE/Resources/Internal-Training/Anson_EasyExport_paper.pdf, consulta marzo 2013.

⁴² GONÇALVES, Ivan Luiz y DUARTE GODOY, Myriam, “Exportao por Envios Postais - Relatório Mensal”, Ministerio de Comunicaciones de Brasil, Brasilia, enero 2014, p11, disponible en http://www.mc.gov.br/component/docman/cat_view/57-servicos-postais/58-exportacoes-por-envios-postais/84-2013?Itemid=13217, consulta 28 de enero de 2014.

⁴³ BRANDI, Juan Pedro. “Exportación por envíos postales. Tres niveles de análisis”, Revista Integración y Comercio N° 34. Año 16, enero - Junio 2012, p 18, disponible en www.iadb.org/intal/intalcdi/.../e_INTAL_IYC_34_2012_Brandi.pdf, consulta 10 de enero de 2014.

El correo de Brasil desempeña un papel importante en los envíos de exportaciones de bajo valor. De hecho participa con el 20% del mercado de las exportaciones simplificadas. El correo tiene como objetivo facilitar el acceso al mercado externo a cualquier persona física o jurídica en el país, por lo que el servicio está disponible en más de 8.000 oficinas del correo de Brasil (más de una por municipio). Esto permite, teóricamente, la inclusión de las ciudades y pueblos remotos que, sin la red del operador postal, estarían físicamente excluidas del acceso a un transporte para sus exportaciones. El correo es una entidad mixta, de capitales estatales y privados, bajo la supervisión del Ministerio de Comunicaciones, responsable del sector postal.

En materia de precios, las comparaciones de los precios del correo público con los de las compañías privadas indican que el correo es más competitivo tanto en los principales centros de exportación como en las zonas más remotas. Esta fue una de las razones por la que EF fue presentada en el ámbito de la IIRSA como una política pública exitosa apropiada para ser compartida con el resto de los países sudamericanos⁴⁴.

Los costos administrativos de despacho disminuyeron del 16 % hasta el 1 % del valor de las mercancías a fines de 2010⁴⁵.

Otro importante logro de EF fue el haber contribuido a generar un cambio cultural en empresas que habitualmente no exportaban, presentándoles un nuevo desafío.

⁴⁴ CARON, Justin y ANSON, José. "La facilitación del comercio para las exportaciones de bajo valor en Brasil: lecciones que aprender de las declaraciones simplificadas de exportación y el uso de las redes postales mediante Exporta Fácil, en http://siteresources.worldbank.org/INTRANETTRADE/Resources/Internal-Training/Anson_EasyExport_paper.pdf. Consulta 8 de enero de 2014.

⁴⁵ SANCHEZ RAMOS, Fabián Ernesto, "La inserción internacional de las MiPymes a través de las exportaciones por envíos postales: Exporta Fácil-Ecuador y la integración suramericana", I Congreso de la Red de Integración Latinoamericana, Santa Fe, mayo 2011, p 3, disponible en www.uncu.edu.ar/relacionesinternacionales/upload/redilaeje55.pdf, consulta 6 de enero de 2014.

Evolución de las Exportaciones Simplificadas



Fuente: IIRSA en:

http://www.iirsa.org/admin_iirsa_web/Uploads/Documents/envios_postales_santiago13_anexo9_Brasil.pdf

2.2.3 Beneficios de EF en Brasil

La nueva legislación ha permitido transparentar las exportaciones de bajo valor. En la práctica las exportaciones de bajo valor eran enviadas como muestras sin valor comercial simplemente disfrazando su “naturaleza comercial” .

Los exportadores que hacen uso del mecanismo EF son nuevos, pero contrariamente a lo esperado no hay evidencia de que la utilización de la extensa red del servicio postal haya estimulado la actividad exportadora en áreas remotas o periféricas. En tanto, permite a numerosas empresas pequeñas el acceso al mercado de exportaciones gracias a la reducción de costos de entrada. Es decir, las principales empresas beneficiadas fueron las pymes con independencia de su ubicación geográfica. A pesar de que generan sólo una pequeña parte de la cantidad total del valor exportado, involucran un número relativamente grande de exportadores, por lo que es una potencialmente poderosa herramienta de desarrollo económico.

Según Caro y Anson, si las extensas redes de los correos ayudan al desarrollo económico, podría no ser, como se asumió originalmente, a través de la inclusión de áreas remotas no atendidas, sino a través de la atención a muy pequeños exportadores (que exportan montos más pequeños). Esos pequeños exportadores, comienzan con el envío de objetos de bajo valor, y el correo parece ser el más adecuado para atenderlos. Exporta Fácil ha permitido convertir a miles de micro, pequeños y medianos empresarios en exportadores, consolidándose como un modelo de servicio para la apertura de nuevos mercados.

La falla de mercado que EF está contrarrestando es la de mecanismos accesibles de despachos de bienes de bajo valor. EF es parte de un conjunto

de mecanismos potencialmente decisivos para la creación de una nueva actividad exportadora en el país del segmento más económicamente vulnerable. Según los autores, ningún programa de facilitación de comercio obtuvo este tipo de resultado hasta ahora en el mundo⁴⁶.

2.2.4 Límites de EF en Brasil

A pesar de los buenos resultados obtenidos, EF en Brasil aún presenta ciertos límites.

- Escasos servicios de pago: a fin de obtener el pago de las exportaciones, los exportadores necesitan acceder a un banco con capacidad de operar internacionalmente.
- Insuficiencia de medios de comunicación: los exportadores necesitan acceder a las TIC para encontrar y contactar potenciales clientes en el extranjero.
- Falta de acceso a las cámaras de comercio: estas organizaciones están concentradas en los grandes centros, lo que complica la transmisión de información de promoción comercial a las áreas periféricas.
- Publicidad intermitente.
- Escasa cultura exportadora de las Pymes.
- Débil vínculo Aduana – Correo: es necesario fortalecer la alianza entre el correo y la aduana para intensificar el proceso de mejoras continuas.
- Es ineludible facilitar el proceso importador en destino.

2.2.5 Nuevos desafíos de EF en Brasil

- Nueva campaña de publicidad: haciendo hincapié en que es un medio capaz de llegar a cualquier lugar del mundo con la confianza del correo.
- Fortalecer el vínculo Aduana – Correo.
- Desaduanaje acelerado: intercambio de informaciones electrónicas entre correo y aduana, lo que implicaría estandarización de procesos, prevalencia del canal verde y entrega más rápida al destinatario⁴⁷.

En resumen, la introducción de una nueva modalidad de exportación sintetizada en la Declaración Simplificada de Exportación (DSE) permitió el lanzamiento del sistema EF en Brasil. Este esfuerzo estuvo liderado por el Correo de Brasil quien detectó las dificultades de los pequeños productores y diseñó una respuesta utilizando la infraestructura disponible. A través de EF se logró incrementar en un 15% la base de empresas exportadoras. Actualmente, los principales desafíos pasan por mejorar el vínculo aduana-correo y agilizar la liberación en destino.

⁴⁶ CARON, Justin y ANSÓN, José, op, cit., p 5.

⁴⁷ IIRSA disponible en:

http://www.iirsa.org/admin_iirsa_web/Uploads/Documents/envios_postales_santiago13_anexo9_Brasil.pdf

, consulta 8 septiembre 2013.

2.3 PERU

En esta sección se destaca el carácter pionero de Perú en adaptar el Sistema Exporta Fácil, las instituciones que fueron involucradas, el funcionamiento de EF en Perú, sus beneficios, evolución e innovaciones.

2.3.1 Perú pionero en adaptar el sistema Exporta Fácil.

IIRSA permitió difundir la experiencia brasileña a otros países. Recién aprobada la Agenda Consensuada de IIRSA en el 2004, Perú manifiesta su deseo de implementar el proyecto de manera inmediata. Este factor, y el ser uno de los mejores países en reproducir el espíritu del sistema, motivaron que Perú sea tomado como uno de los casos testigos de esta investigación.

Perú firma con Brasil un Memorándum de Entendimiento de Cooperación Técnica, y en febrero de 2007 crean un Grupo de Trabajo Interinstitucional que plantea la meta de adaptar y comenzar a implementar el sistema en 5 (cinco) meses. Dado el desafío planteado, Brasil pone a disposición del gobierno peruano cuatro técnicos que colaboran de modo permanente con las contrapartes peruanas durante el período de diseño y puesta en marcha. En el mes de julio de 2007 se lanza el servicio. Esto marca el grado de compromiso que asumió el gobierno peruano desde el primer momento con EF, quien expresamente indicó que las instituciones involucradas debían asumir como prioritarias todas las tareas vinculadas al proyecto. Esto permitió que se organizara y ejecutara el programa en un tiempo, considerado por muchos, improbable.

En este país el 98 % de las unidades económicas son pymes y el 75% de la población económicamente activa trabaja en ellas. EF es visualizada como una “herramienta de inclusión” en sentido amplio. Desde el punto de vista económico, porque incluye a un sector económico -pymes- cuasi excluido del proceso exportador, desde el punto de vista geográfico, porque incluye gracias a la extensa red postal, y desde el punto de vista social, porque esta dirigido a empresas que ocupan al 75% de la población activa, y entienden que la inclusión social solo es sostenible en el tiempo si se sustenta en una participación real en la dimensión económica.

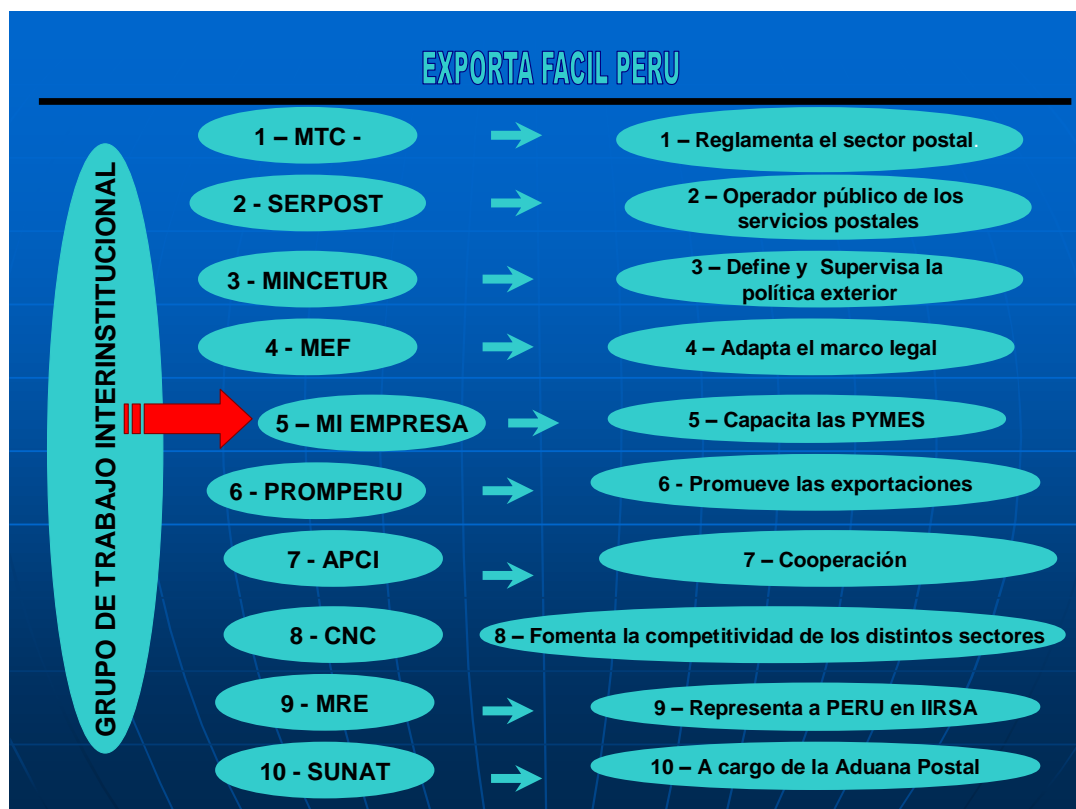
Los objetivos que se plantea el gobierno a través de EF son: la descentralización de las exportaciones, el desarrollo de iniciativas de comercio electrónico y contribuir en la generación de una cultura exportadora.

2.3.2 Instituciones Involucradas en EF Perú

EF Perú se desarrolla con la participación interinstitucional de la Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria (SUNAT), Servicios Postales (SERPOST), Comisión de Promoción del Perú para las Exportaciones y el Turismo (PROMPERU), Ministerio de Transportes y Comunicaciones (MTC), MI EMPRESA, Ministerio de Economía y Finanzas – (MEF), Ministerio de Relaciones Exteriores (MRE), Agencia Peruana de Cooperación Internacional (APCI), Ministerio de Trabajo y Promoción Social –

(MTPS), Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR) y Consejo Nacional de Competitividad (CNC) ⁴⁸.

Gráfico N° 14. Grupo de trabajo interinstitucional de EF en Perú



Fuente: Elaboración propia -

El proyecto es coordinado por PROMPERU y es implementado a través de SERPOST. El excelente rol desempeñado por PROMPERU fue decisivo para el éxito de EF. Se trata de una institución especializada en la promoción de exportaciones y en la imagen país, que cuenta con un equipo de trabajo altamente profesional y experimentado en el trato con empresas. El fuerte compromiso institucional, fue otro factor clave que potenció EF en Perú.

SERPOST, al igual de lo que sucede en Colombia, es el nuevo operador postal público que viene a reemplazar a su predecesor luego de que se decidiera su cierre.

Por su parte, SUNAT ha sido la institución encargada de simplificar el proceso de trámite aduanero, permitiendo las exportaciones desde el hogar o la oficina, de una forma simple, segura y muy económica. El rol de la aduana ha pasado de ser de exclusivo control y fiscalización a uno más próximo al cliente, ejerciendo el rol de facilitador de operaciones. Esto se debe al compromiso de la aduana en la promoción del crecimiento de la pequeña empresa a través de las exportaciones.

⁴⁸ SUNAT, disponible en <http://www.sunat.gob.pe/exportaFacil>, consulta 22 de octubre de 2013.

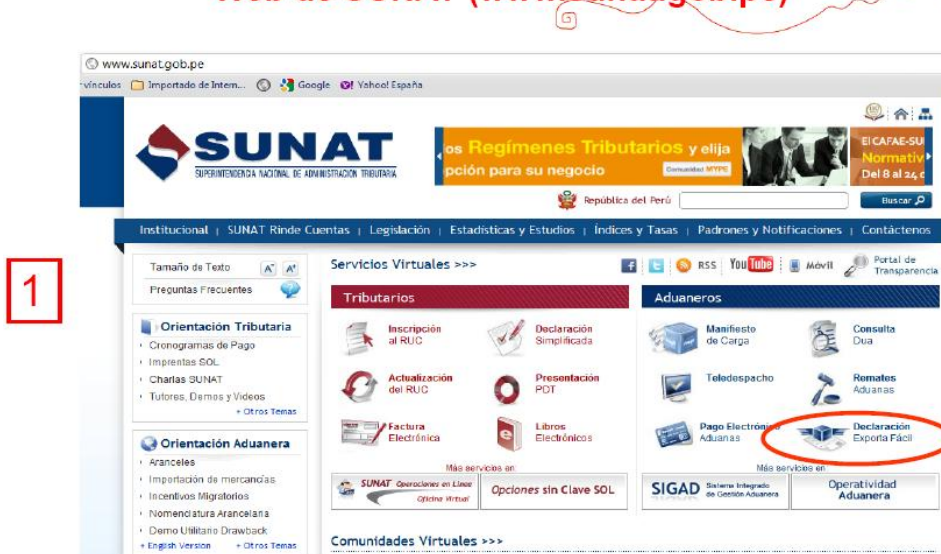
2.3.3 ¿Cómo funciona Exporta Fácil en Perú?

En lo atinente al **EXPORTADOR**

- Debe contar con RUC (Registro Único del Contribuyente): Es un número de identificación del contribuyente ante la SUNAT y es de uso obligatorio para cualquier gestión que se realice ante la Administración Tributaria.
- Clave Sol – es una clave secreta que permite el ingreso a "SUNAT Operaciones en Línea - SOL".
- El despacho de exportación con fines comerciales a través del servicio postal se realiza mediante el formato denominado Declaración Exporta Fácil (DEF).
- Se completa la DEF directamente en la página Web de SUNAT. El exportador accede al portal de SUNAT (www.sunat.gob.pe) ingresando su clave SOL, y llena los datos.
- El exportador imprime la DEF numerada, y procede a consignar su firma en todos los ejemplares.
- El exportador presenta ante cualquier oficina de SERPOST la mercancía acompañada de la DEF, la factura o la boleta de venta y la documentación que requiera la mercancía para su salida al exterior.

Gráfico N° 15. Instructivo sobre la Declaración Exporta Fácil en Perú

El exportador debe llenar la DEF directamente en la página Web de SUNAT (www.sunat.gob.pe)



Clave SOL

Declaración Exporta Fácil (DEF)

¿Cómo registrar su Declaración Exporta Fácil?

El exportador debe registrar sus datos de contacto.

1. Persona de Contacto (exportador)

2. Teléfono Persona de Contacto (exportador)

3. Email Persona de Contacto (exportador)

También los datos de contacto del importador o cliente en el exterior.

1. Importador Destinatario
2. Dirección del Destinatario
3. País
4. Ciudad
5. Código Postal

6. Persona de Contacto (importador)
7. Teléfono Persona de Contacto (importador)
8. Email Persona de Contacto (importador)

3. DESCRIPCIÓN DE MERCANCÍA

Cantidad de bultos: **1** Moneda de Venta: USD : US DOLLAR **2**

Ingresar detalle de mercancías **3**

Serie	Subpartida Nacional	Descripción de la Mercancía	Valor de Venta Bulto	Cantidad Com. Pago TUF	Fecha	Reg. Prec. o Aplicación
1 a 0 de 0						

Total series: 0 Total Valor de Venta: 0.0
 Tipo de cambio en USD: 1 Valor de Venta en USD: 0

El exportador debe indicar la cantidad de bultos y el tipo de moneda que usará en la transacción.

1. Cantidad de bultos (no mayor a 30 kg.)

2. Código de moneda de venta

3. Ingresar detalle de la mercadería

Registro de Detalle

DETALLE DE LA SERIE:

* Bulto: [Seleccione el bulto] **6**

* Descripción de la Mercancía: **6**

* Subpartida Nacional: [Partidas Anteriores] **6**

* Valor de Venta: **6**

* Cantidad: **6**

* Tipo Unidad Física: [Unidad de Medida] **6**

* Comprobante de Pago: [Tipo Comprobante] Serie Numero Fecha **6**

Regimen de Precedencia: [Aduana] - [Año] - [Regimen] **6**

Regimen de Aplicación: [Regimen de Aplicación] **6**

* Campos obligatorios

Agregar Limpiar Continuar

Kilogramo
 Centimetro Cúbico
 Docena
 Kilogramo
 Litro
 Metro
 Metro Cuadrado
 Metro Cúbico
 Mil kilovatios hora
 Miles de unidades o artículos
 Par
 Quilate
 Unidades o artículos

ADMSION TEMPORAL
 ADMISION TEMPORAL
 EXPORTACION TEMPORAL
 INTERNACION TEMPORAL

REPOSICION DE MERCANCIAS EN FRANQUICIA
 REPOSICION DE MERCANCIAS EN FRANQUICIA
 RESTITUCION DE DERECHOS ARANCELARIOS (DRAWBAC)

OTROS

Numero de Certificado de Origen: **1** Otros Documentos Adjuntos: **2**

Instrucciones en caso de no efectuarse la entrega: Devolver Abandonar **3** Controles sanitarios, fitosanitarios u otras restricciones: Si No **4**

Grabar Limpiar

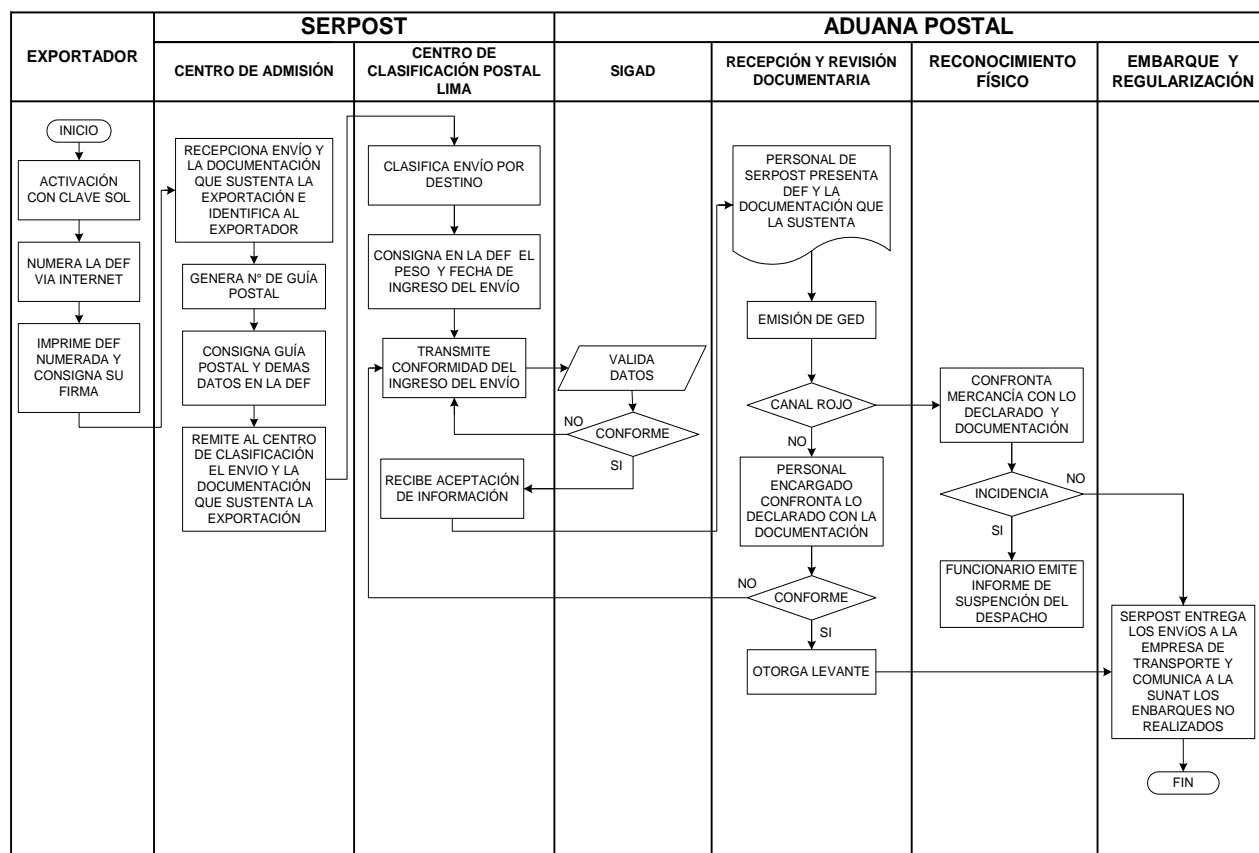
1. Número de certificado de origen
2. Otros documentos adjuntos

3. Instrucciones en caso no efectuarse la entrega
4. Controles sanitarios, fitosanitarios u otras instrucciones

Fuente: PROMPERU, "Exporta Fácil", Sub Dirección de Servicios y Asistencia Empresarial, Lima, diciembre 2012, disponible en http://www.ejeexportador.pe/pdf/04dic/sala2/Carol%20Flores_%20Exporta%20F%C3%A1cil.pdf, consulta 15 de diciembre de 2013.

Gráfico N° 16. Diagrama de Flujo Exporta Fácil en Perú

DIAGRAMA DE FLUJO EXPORTA FÁCIL



Fuente: SUNAT, "Diagrama de flujo Exporta Fácil", Perú, junio 2007, p 1, disponible en <http://www.sunat.gob.pe/legislacion/procedim/despacho/especiales/consecPostal/procEspecif/docAnexos/fujograma.doc>, consulta agosto 2013.

2.3.4 Beneficios de EF en Perú

Beneficios para los usuarios:

- Orientación gratuita en el llenado de la DEF.
- Reducción en el precio de lo fletes. Crédito y descuentos corporativos para clientes con contrato o que acrediten uso frecuente del servicio.
- Recolección de la mercadería a domicilio, sin necesidad de contar con una aduana en su proximidad geográfica.
- Cero costos aduaneros. Tramite aduanero gratuito, sin costos de almacenaje, agente de carga y despachante de aduana.
- Empaques gratuitos para el acondicionamiento de la mercadería.
- Seguimiento on line del envío.
- Orientación gratuita en la búsqueda de clientes externos mediante PROMPERU.
- En materia tributaria devolución del IGV (Impuesto General a las Ventas).
- En materia Aduanera drawback del 5 %.

Para SERPOST

- Mayores ingresos.

Para el país

- Mayor participación de las pymes en las ventas externas.
- Mayor diversificación de mercados externos por región y de la oferta exportable.
- Descentralización de las exportaciones debido a los 166 nuevos puestos de acceso a los trámites de exportación.
- Promoción de la cultura exportadora de las pymes.
- Incentivo al comercio electrónico. EF ha permitido que una empresa pase de una venta de USD 12.000 a USD 400.000 anuales exportando a través de comercio electrónico.
- Se erradica la idea de que “exportar es complicado”.
- Fomenta la formalización empresarial. Desde julio de 2007 a 2012 el 60% de las empresas usuarias se formalizaron.

Perú ha decidido beneficiar del sistema EF tanto a empresas como a personas físicas. Incluso a aquellas empresas amparadas por el nuevo Régimen Único Simplificado (RUS).

El nuevo RUS permite a aquellos pequeños comerciantes con ingresos brutos anuales menores a USD 20.000 y activos fijos inferiores a USD 23.000⁴⁹, comercializar sin la obligación de emitir facturas, sin llevar contabilidad, ni pagar impuestos a la renta.

Para que los sujetos de este régimen accedieran a los beneficios del régimen simplificado de exportación, previamente se tuvo que modificar la ley de comprobantes de pago y autorizar la “boleta de venta” (ticket), en reemplazo de la factura comercial para poder exportar.

En este punto, Perú se diferencia en la aplicación del sistema de países como Colombia. En Colombia, se prioriza la formalización empresarial y por este motivo quedan exentos del uso de EF tanto las personas físicas como las empresas bajo el régimen simplificado, régimen bajo el cual no se obliga a facturar, cobrar IVA, ni a llevar contabilidad, y se caracteriza por la informalidad⁵⁰. Perú, en tanto, decide flexibilizar el sistema y beneficiar a las empresas “informales” de las ventajas de EF. Perú y Colombia elijen estrategias contrarias para el mismo fin, mientras Colombia excluye a las empresas informales de EF para obligarlas a formalizarse, Perú las incluye para seducirlas hacia la formalidad. No podemos inferir si una estrategia es mejor que la otra, porque son decisiones elaboradas en coyunturas nacionales diversas. No obstante, sí podemos concluir que EF en Perú ha contribuido a la formalización empresarial.

2.3.5 Evolución de EF en Perú

En su primer año (2007 - 2008) logró exportar por el valor de USD 1.000.000. Además, 450 empresas usaron el sistema y un 30% de ellas eran empresas de reciente formalización.

⁴⁹ SUNAT, ¿Cuáles son los requisitos para acogerse al Nuevo RUS?, p 1, disponible en http://orientacion.sunat.gob.pe/index.php?option=com_content&view=article&id=142:03-icuales-son-los-requisitos-para-acogerse-al-nuevo-rus&catid=43:nuevo-rus&Itemid=70, consulta 16 de enero de 2014.

⁵⁰ GERENCIE.COM COLOMBIA, “Diferencie entre régimen común y régimen simplificado”, septiembre 2013, p 1, disponible en <http://www.gerencie.com/diferencie-entre-regimen-comun-y-regimen-simplificado.html>. Consulta 16 de enero de 2014.

Gráfico N° 17. Evolución de EF en Perú por N° de empresas y valor FOB

Año	N° de empresas	DEF	Valor FOB USD
2009	724	4.915	1.735.941
2010	840	6.816	2.621.877
2011	1.077	7.528	2.677.256
2012	811	6.725	2.984.957
2013*	582	4.501	2.568.512

Fuente SUNAT – Elaboración PROMPERU - * De enero a agosto.

Se observa un crecimiento en todas las variables hasta el 2011, en el 2012 el número de empresas y las declaraciones disminuyen excepto la variable valor FOB, que continúa su marcha ascendente.

En el año 2012, 2300 empresas exportadoras utilizaron este sistema de las cuales 1800 lo hicieron por primera vez, y el 80% de los envíos se realizaron a países con los que Perú tiene acuerdos comerciales⁵¹.

Gráfico N° 18. Participación de EF en el total de las Exportaciones Peruanas

Concepto	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Exportaciones totales en millones de USD	28.08	30.63	27.07	35.81	45.73	45.22
Exportaciones EF en millones de USD	0.42	1.07	1.73	2.62	2.68	2.98
Participación EF en el total de las Exportaciones en %	1.5	3.5	6.4	7.3	5.9	6.59

Fuente: SUNAT Y PROMPERU. Elaboración Susana Ramela – FOMIN

Se incrementa la importancia relativa de las exportaciones canalizada a través de EF sobre el total de las exportaciones peruanas hasta el 2010. A partir de 2011 disminuye la participación de las EF sobre el total de lo exportado, no obstante su comportamiento sigue siendo positivo porque en ese año las exportaciones peruanas totales constituyeron un record. El rol de exportaciones EF sigue siendo destacable porque nunca dejaron de crecer.

Gráfico N° 19. Principales mercados de exportación 2012 en Perú

⁵¹ SERPOST, "El correo del Perú. Hechos de importancia II trimestre 2013", Lima, abril –junio 2013, p 12, disponible en http://www.serpost.com.pe/transparencia/Documentacion_Transparencia/Docs_2013/Datos_Generales/Comunicados/HI.2.Trim.2013.pdf, consulta 21 de enero de 2014.

Principales mercados de exportación 2012				
Nº	Destino	Nº de veces	%	Valor FOB en USD
1	USA	2545	38	1.176.418
2	Australia	695	10	221.433
3	Reino Unido	518	8	242.241
4	Canadá	289	4	85.647
5	Francia	268	4	147.448
6	Alemania	251	4	155.937
7	España	223	3	54.497
8	Japón	176	3	114.671
9	Brasil	162	2	30.231
10	Italia	119	2	46.658
	Resto de Países (90)	1416	21	604.321
	TOTAL	6661	100 %	2.984.957

Fuente SUNAT – Elaboración PROMPERU

Sus principales destinos son USA (38% de lo exportado), Australia (10%), Inglaterra (8%), Canadá (4%), Francia (4%), Alemania (4%), España (3%), como se detalla en el cuadro⁵².

Gráfico N° 20. Principales productos exportados en Perú 2012

Principales productos Exportados 2012				
Nº	Subpartida	Descripción	Valor FOB USD	%
1	7117900000	Las demás bisuterías	USD 465.299	16.25
2	7113110000	Joyería de plata	USD 261.320	9.13
3	2106907100	Suplementos alimenticios que contengan mezclas o extractos vegetales	USD 234.236	8.18
4	9503009300	Juguetes que representen animales/	USD	5

⁵² KUYENG, Juan Luis, "Exporta Fácil Perú", Lima, junio 2008, p 6, disponible en, http://www.iirsa.org/admin_iirsa_web/Uploads/Documents/cnr12_baires08_exportafacil_peru.pdf, consulta 15 de agosto de 2013.

		seres no humanos	142.479	
5	6111200000	Prendas para bebe de punto de algodón	USD 86990	3.04
RESTO			1.672.876	58.42
TOTAL			2.984.957	100

Fuente SUNAT – Elaboración PROMPERU

Entre otras cosas el sistema ha contribuido al desarrollo local. Se han realizado envíos a través de EF desde el 85% de las provincias del país. Los micro productores generan efectos derrame, impactando positivamente en los proveedores y prestadores de servicios regionales, quienes ven crecer sus emprendimientos paralelamente al de los nuevos exportadores. Este fenómeno ha colaborado en la reducción de las tasas de emigración familiar de las zonas periféricas⁵³.

EF ha obtenido múltiples reconocimientos. En el 2007, recibe el premio a la creatividad empresarial otorgado por la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas en la Categoría Mejor Producto informático. Un año más tarde obtiene el galardón “Top Award” por su innovador sistema en la Facilitación del Despacho de las Mercancías, el premio es un reconocimiento a los mejores instrumentos o programas innovadores que facilitan el proceso exportador apoyados por el Banco Mundial. También en el mismo año, 2008, recibe el reconocimiento a las buenas prácticas en la Gestión Pública otorgado por CAD (Ciudadanos al Día) en la categoría Mejor Producto informático – Simplificación de Trámites⁵⁴.

2.3.6 Innovaciones de EF en Perú

Innovaciones en materia de Capacitación:

- La propia experiencia ha llevado a Perú a incorporar a los universitarios como asesores del proyecto. El programa de voluntariado universitario difunde EF entre empresas que aún no ha usado el sistema en sus propios locales y en las oficinas de SERPOST; además asesora sobre el proceso de exportación, documentación, requisitos, las acompañan durante las primeras operaciones y las asisten en el ingreso de las DEF.
- Se elaboró una “Guía de Acondicionamiento y Embalaje” para productos exportados a través de EF. Esta guía tiene como finalidad apoyar a los nuevos exportadores al poner a su disposición un instrumento de consulta que les permita proyectar una buena imagen de los exportadores peruanos a través de las buenas prácticas logísticas. Se enseña a cumplir con los requisitos que exige el cliente, especialmente en lo vinculado a acondicionamiento, embalaje y rotulado, para garantizar la calidad de la entrega y reducir los riesgos en los procesos de

⁵³ GUILLEMINOT, Carol, “Exporta Fácil, una solución para pequeñas y medianas empresas”, Paysandú, mayo 2009, p 1, disponible en <http://rotafolio.wordpress.com/2009/05/25/exporta-facil-una-solucion-para-pequenas-y-medianas-empresas/>, consulta 17 de junio de 2013.

⁵⁴ RADIO UNO PERU, disponible en http://www.radiouno.pe/noticias/6312/upt_banner.swf, consulta 13 de septiembre de 2013,

manipuleo, distribución y transporte propios del servicios postal⁵⁵. Es una buena práctica a imitar, ya fue adoptada por Ecuador y Brasil.

- Jueves de EF es una actividad desarrollada por SERPOST orientada a capacitar a los usuarios, potenciales clientes y operadores.
- EF es un servicio que forma parte de la “Ruta Exportadora”. La Ruta exportadora estructura todos los servicios brindados a los potenciales y actuales exportadores en cuatro grupos o etapas: Etapa 1: brindan servicios de orientación y formación ejemplo, aulas virtuales, asesoría en logística, financiamiento, EF, entre otras. Etapa 2: servicios de capacitación, ejemplo diseño de web e imagen corporativa; Etapa 3: asistencia empresarial, ejemplo, programas de calidad, diseño, empaque, marketing internacional, información comercial especializada; Etapa 4: promoción, ferias internacionales, misiones comerciales. Al estar incorporado EF en la ruta exportadora no sólo se valida su uso sino que se fomenta su promoción, y mejora continua.

Innovaciones en materia de legislación:

- Actualmente se estudia elevar el valor de las exportaciones EF de USD 5000 a USD 10000.

Innovaciones en materia de cooperación:

- Perú ha pasado de país receptor de cooperación técnica a conformar un grupo de cooperación técnica en la implementación de EF en Uruguay y Ecuador.

Innovación materia de premiación:

- A partir de Julio de 2007, PROMPERU promueve la Ceremonia “Premios Exporta Fácil”, en las cuales los usuarios más destacados del sistema reciben un reconocimiento especial por el aprovechamiento de la herramienta. SERPOST otorga a las empresas premiadas Tarjetas de Descuento para sus envíos durante un año, y PROMPERU bonos de asistencia técnica para mejorar sus niveles de competitividad en la Ruta Exportadora. Las categorías premiadas son: a- mayor valor exportado; b- mayor número de exportaciones; c- diversificación de mercados (pyme que exporta al mayor número de mercados mediante EF); d- formalización (pyme que se formaliza en el año y cuenta con el mayor monto exportado en el mismo período); e- descentralización (pyme que acumula en el año el mayor monto exportado en cada región)⁵⁶.

⁵⁵ SISTEMA INTEGRADO DE INFORMACIÓN DE COMERCIO EXTERIOR, “¿Que es Exporta Fácil?”, Lima, año 2014, disponible en <http://siicex.gob.pe>, consulta 1 de noviembre de 2013.

⁵⁶ Sistema integrado de información de Comercio Exterior. <http://www.siicex.gob.pe/siicex/portal5es.asp?page=808.48600>. Consulta 15 de septiembre de 2013.

2.3.7 Desafíos de EF en Perú

Dadas las dificultades al momento de liberar las mercaderías en destino, PROMPERU, se propone convocar a las aduanas de sus principales destinos para sensibilizarlas e informarlas respecto a EF y reducir los problemas de desaduanaje. Actualmente, se trabaja en el marco de la Unión Postal Universal (UPU), en el desarrollo de un sistema de información que comunique al correo y a la aduana de origen de un país con el correo y la aduana de destino de otro país a través del cual se transmita la información anticipada sobre la mercadería previo a su arribo con el objeto de acelerar el procedimiento de desaduanaje y liberación del bien.

El talón de Aquiles de EF Perú se encuentra en el servicio provisto por SERPOST. Los usuarios manifiestan su desconformidad con respecto a los arribos fuera de término, a la ineficiencia del personal SERPOST y a la ausencia de datos on line para el correcto seguimiento de los envíos. La capacitación del personal SERPOST es clave para alentar el uso de EF. En reiteras oportunidades los usuarios manifiestan el bajo nivel de los asesores, lo que desacredita el servicio y genera desconfianza en los usuarios. Ocasionalmente ante la pérdida de un envío, el rastreo del mismo puede llevar entre 15 y 20 días hábiles. Mientras que en una empresa privada, este tipo de inconveniente se resuelve en 40 minutos. La trazabilidad del producto y la comunicación con el cliente son dos puntos muy importantes a resolver.

El procedimiento de recepción, peso y medición de los paquetes es distinto en cada una de las oficinas del correo, y un mismo envío puede tener distintos precios dependiendo de la oficina de la cual haya sido despachada. Esto obedece a que los empleados del correo no están capacitados para valorar el precio del envío en función del destino, peso y medida de los paquetes. Los usuarios, conocen esta situación y optan por despachar desde la oficina postal que cobra el valor más bajo. En este contexto se vuelve imperioso trabajar sobre la mejora de los procesos.

La devolución del IGV (Impuesto General a las Ventas), solo se aplica a las exportaciones que se realizan bajo EF. Sin embargo, las exportaciones efectuadas a través de courier privado no gozan de tal beneficio. Por este motivo muchos clientes consideran que es una forma de fomentar una competencia desleal desde el estado obligando al usuario a tomar el servicio EF a través de SERPOST, cuando la calidad del servicio no es óptima. Para erradicar esta percepción, no solo se debería optimizar el servicio de SERPOST, sino también ampliar la cobertura del beneficio para los courier privados.

Otro de los desafíos planteados está vinculado a la emisión de certificaciones. Las cámaras autorizadas y los terceros organismos encargados de emitir las distintas certificaciones se encuentran concentrados en los centros urbanos y desalientan a muchos exportadores. Se daría un gran paso si las autoridades pudieran emitir estas certificaciones electrónicamente y se accediera a ellas desde las oficinas del exportador.

Por último resta definir la institución sucesora para liderar EF en el proceso de consolidación. Las autoridades peruanas sugieren la creación de un Grupo de Trabajo Interinstitucional permanente conformado por el Ministerio de Transporte y Comunicaciones, SERPOST, PROMPERU y SUNAT que reemplazaría al actual grupo de trabajo con carácter provisorio.

En conclusión, Perú evidencia su compromiso con EF desde el momento en que decide poner en marcha el programa a cinco meses de haber creado el grupo de trabajo interinstitucional. La excelente respuesta institucional permite cumplir con esta meta, considerada por muchos improbable. El nuevo desafío institucional pasa por definir la institución coordinadora en esta nueva etapa de consolidación de la herramienta.

El resultado positivo de esta herramienta se evidencia en que si bien la participación de las exportaciones a través de EF en el total de las exportaciones peruanas era sólo de 6.59 % en el 2012, en el año 2007 solo representaron el 1.5%, lo destacable es que las exportaciones a través de EF siempre crecieron.

EF Perú ha sido reconocido por sus méritos interna como externamente, y ha obtenido múltiples reconocimientos.

Una innovación destacable es la de haberse comprometido con las capacitación en el uso de esta herramienta involucrando al sector universitarios en el rol de asesores expertos. El reto pasa por capacitar y mejorar el servicio prestado por el operador postal.

2.4 COLOMBIA

En esta sección se analiza EF como una Política de Estado en Colombia. El rol ejercido por el operador postal y los antecedentes de un sistema similar al EF, pero sin buenos resultados en Colombia. Se describen los beneficios de la herramienta, se detallan las instituciones involucradas en la implementación del EF. Su evolución en Colombia. La opinión de los usuarios de EF así como los nuevos desafíos.

2.4.1 EF una Política de Estado en Colombia

Colombia es el segundo país, después de Perú, en materia de ejecución del proyecto. Si bien fue el tercer país en implementarlo (2010), actualmente se encuentra en un estadio superior a EF Uruguay (2009).

En el marco de la IIRSA, el gobierno de Colombia firma un Memorandum de Entendimiento el 2 de diciembre de 2008 en donde expresa su interés en desarrollar el Sistema EF en su país.

Con la firma del Memorandum, Colombia ratifica su compromiso con dos Políticas de Estado, previamente definidas en el Plan Nacional de Desarrollo:

- 1) la promoción del comercio exterior de las Mipymes, (definido en el documento Conpes⁵⁷ 3484 de 2007), y
- 2) la competitividad de los servicios postales (establecido en el documento Conpes 3440 de 2006).

En Colombia EF se articula con estas dos estrategias, de allí su compromiso con el Sistema. EF es definido como “un proyecto del Gobierno Nacional para promover la cultura exportadora, que busca lograr la inclusión de las MIPYMES en el mercado internacional, a través de un sistema de exportación simplificado que implemente el operador postal oficial del país: Servicios Postales Nacionales (4-72)”⁵⁸.

Entre los años 2003 y 2008 las exportaciones colombianas crecieron a una tasa promedio anual del 21,2%, lo que evidencia un fuerte dinamismo exportador. Sin embargo, la participación de las pymes en el total de lo exportado fue reducida. Hay evidencia de una elevada concentración de las exportaciones en las grandes empresas, para el año 2003 las grandes empresas daban cuenta de más del 80% de las exportaciones, mientras que las pymes sólo realizaron el 11% de los despachos externos, en un contexto en que el 98% de la estructura empresarial colombiana está conformada por microempresas y pymes. El documento Conpes 3628⁵⁹ alude a que los pequeños y medianos empresarios no tienen éxito en el mercado externo debido a múltiples causas entre las que se destacan los excesivos trámites y regulaciones, altos costos, falta de información y financiamiento.

⁵⁷ Son documentos elaborados por el Consejo Nacional de Política Económica y Social de la República de Colombia, dependiente del Departamento Nacional de Planeación.

⁵⁸ RAMELA, Susana, “Evaluación final Programa UPAEP-BID/FOMIN. Programa de Implementación piloto de un sistema simplificado de exportaciones por envíos postales (EXPORTAFACIL)”, año 2012, p 12, disponible en <http://www.exportafacil.com.uy/wp-content/uploads/2012/11/informe-evaluacion-final-upaepaprob-ago2012.pdf>, consulta 1 de octubre de 2013.

⁵⁹ CONPES, “Documento Consejo Nacional de Política Económica y Social 3628, República de Colombia”, Departamento Nacional de Planeación, Bogotá D.C., 14 de diciembre de 2009, disponible en <https://www.dnp.gov.co/LinkClick.aspx?fileticket=nmjvbk0CtvA%3D&tabid=907>, consulta 1 de octubre de 2013.

El gobierno de Colombia espera lograr a través de EF cuatro objetivos de largo plazo: incrementar las exportaciones de las pymes a través de los envíos postales; descentralizar las exportaciones; fomentar la formalización de las pymes gracias a la oferta de nuevos servicios de exportación simplificados; fomentar una cultura exportadora en las pymes.

2.4.2 Rol del Operador Postal y Antecedentes del Sistema EF en Colombia

El Operador Postal Oficial Servicios Postales Nacionales, quien opera bajo la marca 4 – 72, fue creado como una filial de la Administración Postal Nacional (ADPOSTAL) mediante decreto en el año 2005 con el fin de garantizar la continuidad en la prestación de los servicios postales dada la liquidación de ADPOSTAL. La nueva empresa asume sus funciones iniciando un proceso de transición entre agosto de 2006 y marzo de 2007 durante el cual se logra regularizar el servicio. Brevemente, la red postal oficial se consolida con presencia en 1.101 municipios del país. Sin embargo, el sector postal no se encuentra cuasi monopolizado por el operador postal público. El mercado postal es compartido con otros 250 operadores registrados que se multiplicaron durante el período 2004 y mediados del 2006 a raíz de que el operador público atravesaba un momento crítico. Actualmente se encuentra en un proceso de recuperación de su cartera de clientes.

Previamente a la implementación del Sistema EF, Colombia ya contaba con normativa que permitía realizar exportaciones a través de envíos postales bajo la modalidad de “Exportación a través de tráfico postal y envíos urgentes” regulado por el capítulo VII de la legislación aduanera. Sin embargo, ciertos obstáculos hicieron inviable el correcto funcionamiento de este sistema. Y algunos de los motivos fueron:

- El bajo conocimiento por parte de las micros, pequeñas y medianas empresas de la modalidad en vigencia.
- La ausencia de una estrategia del gobierno orientada a la promoción y divulgación de esta modalidad de exportación.
- Ausencia de articulación entre las instituciones encargadas de promocionar el comercio exterior y el operador postal.
- La distancia entre los puntos de atención al público del operador postal con el sector productivo.
- Los envíos bajo la modalidad “exportación por tráfico postal y envíos urgentes” estaban sujetos a límites que no podían exceder los dos mil dólares (US\$2.000), 20 kilogramos, ni dimensiones de 1,5 metros por cada lado.
- La ineficiencia del anterior operador postal.
- La necesidad de la intervención de una Sociedad de Intermediación Aduanera (SIA).
- La complejidad del proceso exportador.

En la actualidad, EF se convierte en la alternativa logística que facilita y promueve las exportaciones a través del correo postal y envíos urgentes aprovechando la infraestructura de Servicios Postales Nacionales 4-72 y el potencial exportador de las mipymes del país.

No obstante, el buen funcionamiento del nuevo sistema exigió la realización de ciertas modificaciones.

En el área de los Servicios Postales Nacionales 4-72 se requirió:

- Trabajar en el posicionamiento de la marca 4-72.
- Actualizar, desarrollar y montar el proceso de trazabilidad de envíos a través de la página Web.
- Consolidar el proceso de fortalecimiento tecnológico.
- Capacitar al personal con el objeto de prestar asesoría básica de exportación a los potenciales exportadores.
- Reducir tiempos de entrega y el arribo de mercaderías dañadas.

El operador postal oficial 4-72 es el eje estratégico del gobierno a través del cual se implementa el proyecto.

Otras modificaciones necesarias se basaron en adaptar el marco normativo y regulatorio de manera progresiva, de acuerdo con las exigencias y requerimientos del nuevo sistema:

- Aumentar el límite de valor de cada exportación. Por medio de un decreto del año 2011 se modifican los montos autorizados de USD 2000 a USD 5000.
- Aumentar el límite de peso. En el año 2009 se modifica el peso permitido. Se pasa de 20 kgs a 30 kgs.
- Revisar al proceso de reintegro de divisas para las exportaciones. Actualmente el sistema EF rige únicamente para las empresas formales. La posibilidad de revisar el procedimiento de cobros de divisas se vincula a la eventual apertura de EF a las empresas informales que no emiten facturas y que por lo tanto no podrían acreditar el monto de divisas a liquidar en el mercado local.

2.4.3 Beneficios de EF en Colombia

Facilidad: se gestiona la exportación en simples pasos, sin intermediario aduanero accediendo a través de la web.

Cobertura: se puede acceder a la extensa red postal oficial con presencia en más de 180 oficinas en todo el territorio.

Competitividad: se ahorra dinero gracias a sus tarifas económicas y trámites de exportación gratuitos.

Tranquilidad: incluye el seguro de su mercadería (cubre hasta un 96% del valor declarado) y trámites de exportación.

Preferencias: porque ofrece un trato especial para sus envíos sin aplicar esquemas invasivos de seguridad, a través de un moderno escáner de iones. Es una gran ventaja dado que en Colombia las exportaciones generales están sometidas a un riguroso control de la policía antinarcóticos.

Integralidad: porque recibe toda la asesoría vinculada al proceso exportador.

Impositivos: devolución de IVA.

Descuentos y ventajas: las empresas con convenio corporativo disponen del servicio de retiro de la mercadería en la empresa, mas 15% descuento y una forma de pago a 30 días.

Fomento de la cultura exportadora

Sin embargo, EF tiene sus límites. Desde el inicio, se determinó que tipo de empresas podían utilizar el sistema simplificado de exportaciones. En el proceso de “promoción de las exportaciones de las mipymes”, el gobierno toma sus recaudos y prioriza la “formalización” de las unidades económicas ante las exportaciones. Al momento de implementar el proyecto, se les sugirió a las autoridades colombianas que las empresas en estado de informalidad, utilizaran el sistema provisoriamente, como una forma de seducirlas a la

formalización empresarial. Sin embargo, esta opción fue rechazada por el gobierno argumentando que todas las políticas orientadas al desarrollo, se dirigen a empresas formalmente constituidas, independientemente del tamaño. Otros actores excluidos de la participación en el Sistema EF fueron las personas físicas y las empresas bajo el régimen simplificado. Este régimen habilita no declarar IVA, ni facturación, ni contabilidad.

2.4.4 Instituciones involucradas en la implementación del Sistema EF en Colombia

Gráfico N° 21. Instituciones de EF Colombia



Fuente: Departamento Nacional de Planeación

El Departamento Nacional de Planeación es la entidad coordinadora de las decisiones estratégicas para la implementación del proyecto en sus dos primeras fases, diseño e implementación.

Por su parte, los Ministerios de Comercio, Industria y Turismo (MCIT) y de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (MINTIC), como entidades rectoras de las políticas de comercio internacional y de servicios postales, respectivamente, se comprometen a brindar las condiciones necesarias para la adecuada gestión, implementación, puesta en marcha y funcionamiento del proyecto. Por su parte, Proexport, dependiente del MCIT, promueve la inclusión de EF en los diferentes escenarios de exportación y capacita al operador postal en materia de exportaciones, además, de ser la entidad encargada de liderar a partir de la fase 3 (julio de 2010) la promoción, coordinación y evaluación del proyecto en su conjunto. Por otro lado, Servicios Postales Nacionales S.A. 4-72, dependiente del MINTIC es responsable de ofrecer y operar el servicio, asesorar a sus clientes sobre el sistema y progresivamente llegar a las zonas más apartadas del país.

La Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN) participa en el proceso de adaptación normativa aduanera y en el asesoramiento aduanero al operador postal 4-72.

La policía antinarcóticos deberá ajustar el control antinarcóticos a las exigencias del comercio exterior y paralelamente garantizar el control antinarcóticos.

A medida que fue avanzando la ejecución del programa, Servicios Postales Nacionales 4-72 fue asumiendo una posición de liderazgo en soledad. En efecto, Proexport, debía asumir el liderazgo del programa a partir de la tercera fase de implementación, pero se rehusó a tomar tal responsabilidad argumentando que el perfil de la institución no se adaptaba al rol asignado y que su objetivo era trabajar en la promoción de las exportaciones de las grandes empresas. Ante esta situación, se reasignó el rol a otra institución, también dependiente del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. De ahora en adelante, la Dirección de Mypimes sería la encargada de coordinar, promocionar y evaluar el proyecto. Si bien, no posee experiencia en el ámbito de las exportaciones, está abocada al crecimiento de los pequeños y medianas empresas. Pese a que, la Dirección de Mipymes, aún no ha comenzado a ejercer su nuevo rol en el programa EF.

2.4.5 Evolución de EF Colombia

Desde su implementación a la actualidad el número de Mipymes exportadoras crece, así como sus exportaciones. No obstante, uno de los principales obstáculos que encuentra el programa en Colombia es la arraigada cultura de la informalidad empresarial. Tal es así que el 70% de los potenciales usuarios no puede operar a través de EF porque pertenecen al régimen simplificado (empresas que no pagan IVA, no facturan, ni llevan contabilidad).

Otro dato importante a señalar es que el 38% de los usuarios exportan por primera vez, lo que manifiesta el carácter de esta herramienta en el acompañamiento a las mipymes en el comienzo de su inserción internacional y en la contribución al crecimiento de la estructura exportadora de Colombia. Pero no hay información que indique si estos nuevos exportadores son también empresas recientemente formalizadas. En consecuencia desconocemos si EF ha estimulado la formalización empresarial.

Susana Ramela, analiza el comportamiento de EF a partir de 3 variables: número de exportadores que utilizan EF, número de envíos EF y valor FOB exportado a través de EF.

Grafico N° 22. Comportamiento de EF según número de exportadores EF, número de envíos EF y valor FOB exportado a través de EF

Concepto	2009	2010	2011	2009 - 2011	2012 (1 ^{er} trim)	2009 - 2012 (1 ^{er} trim)
N° de Exportadores totales	6492	10492	10088	27072	SD	
N° de Exportadores EF	5	88	246	339	54	339
Valor FOB Expor EF (miles USD)	1.5	93	304	399	47	446
N° de envíos EF	8	150	526	684	127	811
% Exportadores EF / exportadores totales	0.1%	0.8%	2.4%	1.3%		
Envíos promedio por Exportador EF	1.6	1.7	2.1	2.0	2.4	2.1
Valor FOB promedio por envío EF	188	622	578	583	369	550
Valor FOB promedio por exportador	300	1060	1236	1176	869	1134

Fuente: Susana Ramela – Información brindada por el DNP

En conclusión, tomando como partida el año 2010, fecha de lanzamiento nacional, es posible afirmar que:

- ✓ Se triplica la cantidad de exportadores que participan en EF entre 2010 y 2011.
- ✓ Se triplica el valor FOB de las exportaciones canalizadas por EF en el mismo periodo.
- ✓ Se triplica el número de envíos realizados usando esta herramienta.
- ✓ Se incrementa la importancia (o el peso relativo) de los exportadores que usan EF sobre el total de los exportadores colombianos en un solo año.
- ✓ Se incrementan el envío promedio por EF en los años 2011 y 2012 respectivamente respecto al 2010 que es tomado como base.
- ✓ Aumenta un 17% el valor FOB promedio por exportador (pasando de U\$S 1060 a U\$S 1236) entre el año 2010 y 2011, cayendo un 18% respecto al año de referencia en el 2012 de acuerdo a los datos de DNP⁶⁰.

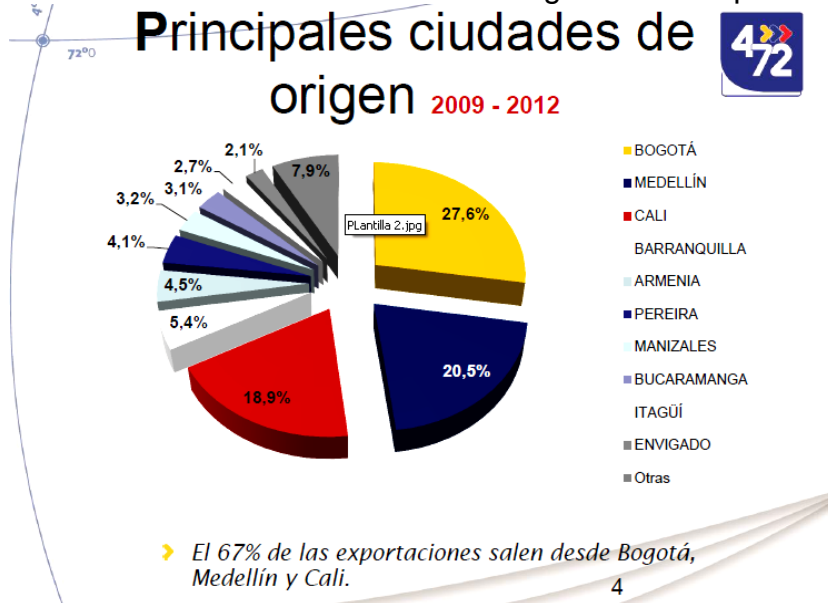
Si bien se observa un crecimiento en el uso de EF, los números absolutos todavía son pequeños.

En cuanto al origen, la mayor parte de las exportaciones bajo EF (67%) provienen de las tres principales ciudades del país: Bogotá, Medellín y Cali; la concentración de las exportaciones en esta región se debe a que gran parte de la actividad productiva se centraliza en las zonas urbanas más importantes. Aunque EF es utilizado en una diversidad de regiones. De hecho, se exporta por EF desde el 42% de los departamentos de Colombia, superando ampliamente la meta de 15% establecida por el Programa. Podríamos inferir

⁶⁰ RAMELLA, Susana, Op. Cit., p 32.

que se comienza a cumplir con el objetivo del gobierno, que busca descentralizar las exportaciones, si bien los resultados indican que hay que seguir trabajando a fin de que la tendencia se consolide.

Gráfico N° 23. Ciudades de Origen de las exportaciones EF en Colombia



Fuente: 4-72

En cuanto a los destinos de las EF, USA figura como el principal destinatario con el 29%. Muy lejos comparten el segundo lugar Panamá, Chile, Perú y Costa Rica recibiendo cada una el 5%, el tercer lugar lo comparten Alemania, España y México recibiendo cada país el 4%. Si bien la mayoría de los envíos se centralizan en America del Norte, Sur y Central, las EF desde Colombia también arribaron a los continentes de Europa, Asia, África y Oceanía, aunque en pequeñas proporciones⁶¹.

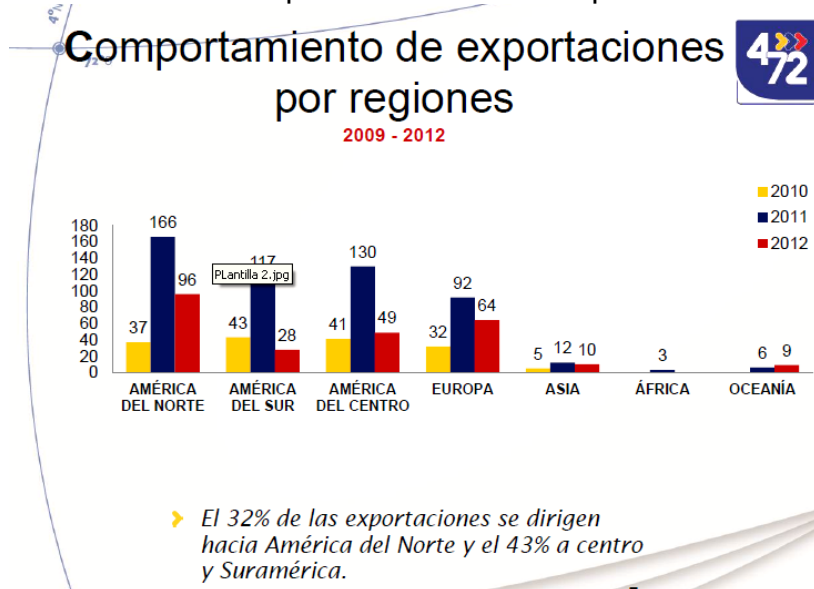
Gráfico N° 24. Principales destinos de las exportaciones EF en Colombia



Fuente: 4-72

⁶¹ Ídem Supra, p 45.

Gráfico N° 25. Comportamiento de las exportaciones EF por región



Fuente: 4-72

En cuanto a los principales productos exportados a través de EF se pueden mencionar los siguientes:

- fajas quirúrgicas y moldeadoras (9%)
- productos biológicos y naturales (9%)
- prendas de vestir en general (8%)
- ropa íntima unisex, pijamas, etc. (5%)
- bolsos y carteras en cuero, material sintético, etc. (5%)
- trajes de baño (4%)
- calzados en general (3%)
- sombreros (3%)
- jeans (2%)
- otros: artesanías, animales disecados, libros y revistas, bisutería, etc.

EF ha permitido diversificar el origen de las exportaciones, contribuyendo al proceso de descentralización, al permitir que la producción de las regiones más alejadas de los centros productivos se inserten en el mercado internacional, llegando a lugares tan remotos como Oceanía. Paralelamente, este proceso contribuye a diversificar mercados y la oferta exportable colombiana.

2.4.6 Opinión de los usuarios de EF en Colombia

En líneas generales, los usuarios de EF Colombia se encuentran satisfechos con la prestación del servicio. En una escala del 1 al 5, obtuvieron respuesta de entre 4 y 4,4 las consultas sobre la facilidad de entender y usar el servicio; tarifas económicas; nivel de cobertura; cercanía de las oficinas; publicidad clara. Sin embargo las consultas que recibieron los puntajes más bajo fueron las vinculadas a la confiabilidad, o sea el nivel de pérdida o rotura de los paquetes y la dificultad en el rastreo y seguimiento de los envíos.

Más negativas fueron las respuestas vinculadas al proceso de entrega de la mercadería en destino con una puntuación que oscilaba entre 3,51 y 3,68.

Las consultas versaban sobre, el estado físico del envío, la entrega en el lugar indicado, cumplimiento con la fecha pautada de arribo, aspectos que también involucraban al operador postal en destino y al procedimiento aduanero correspondiente en el país en el que arribaba la mercadería. Esta información brinda la pauta de que es imprescindible para el correcto funcionamiento del sistema articular acuerdos tanto con los operadores postales en destino como con las aduanas que deben liberar los bienes una vez que arriban. Es por esto que las autoridades comienzan a pensar en la necesidad de estructurar respuestas conjuntas, en materia aduanera y postal, tanto para el ámbito sudamericano y los principales destinos extrarregionales.

2.4.7 Desafíos actuales en Colombia

Según el informe que realiza la evaluación final del programa, EF Colombia debe sortear varios desafíos.

Su sostenibilidad en el tiempo no está garantizada y para trabajar en su sostenibilidad el gobierno plantea una estrategia asentada en 3 ejes: promoción de la demanda, gestión e institucionalidad y operación y logística. Los dos primeros ejes dependen de poder concretar el traspaso de la coordinación de EF al Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, originariamente en manos de Proexport, y posteriormente delegada en la Dirección de Mipymes. No obstante, la Dirección de Mipymes, aún no ha manifestado su convencimiento en liderar EF. Contar con una institución con voluntad de consolidar y hacer crecer EF, es de vital importancia para garantizar la sostenibilidad de EF. La tarea más compleja (insertar el programa en Colombia) ya ha sido realizada, pero la ausencia de una institución con vocación de liderazgo pone en riesgo todo el esfuerzo realizado.

El eje, operación y logística, estaría resuelto en manos del Operador Postal 4-72. Sin embargo, en la medida que se retrase el traspaso de la coordinación a Mipymes, el operador postal seguirá dilatando sus respuestas. Se observa un gran esfuerzo en la implementación de EF a nivel de alta dirección y gerencia y graves falencias en los puntos de contacto con los clientes, quienes en muchas oportunidades no pueden acceder a un asesoramiento por parte del operador postal, lo que indica la necesidad de acentuar la formación del personal que se encarga de recibir al cliente dispuesto a realizar una exportación. Este desafío podría ser atendido solicitando colaboración a las universidades con orientación en comercio exterior, capacitando a sus alumnos y convirtiéndolos en expertos EF.

Adicionalmente, la DIAN debe explorar la posibilidad de realizar alianza con las autoridades aduaneras de los países con mayor flujo comercial para los envíos EF, a fin de reducir los inconvenientes vinculados a la nacionalización en destino. Además, coordinar estrategias con los operadores postales sudamericanos para reducir los inconvenientes de entrega en destino.

Otro gran desafío se vincula con el desarrollo de la cultura exportadora. En la experiencia colombiana se detectó la necesidad no solo de ilustrar a las pymes en el procedimiento y contenido de la práctica exportadora, sino fundamentalmente de acompañarlas en sus primeros pasos de inserción internacional. Es un nuevo rol que todavía no encuentra una institución dispuesta a desempeñarlo.

Y por último, otro gran desafío es universalizar el acceso y educar a los empresarios en el uso de las tecnologías de la información y comunicación para insertarse adecuadamente en el nueva era tecnológica comercial.

En cuanto a los cuatro objetivos planteados a largo plazo por el gobierno de Colombia, podemos concluir que: sí se incrementaron las exportaciones de las pymes a través de los envíos postales, desde la implementación de EF a la actualidad el número de Mipymes exportadoras crece, así como sus exportaciones. Si bien se evidencia un crecimiento en el uso de EF, aún es necesario ampliar su base de usuarios; se comienza a percibir un proceso tendiente a descentralizar las exportaciones; aún no podemos concluir si se indujo a la formalización de las pymes gracias a la oferta de nuevos servicios de exportación simplificados y finalmente se contribuyó a fomentar una cultura exportadora en las pymes no obstante todavía es una asignatura pendiente.

3.1 EF Argentina, un proyecto inconcluso

En esta sección se analiza la situación de las pymes argentinas, el actual estado de EF en Argentina y por último, la conveniencia de aplicar el sistema en el país.

3.1.1 Situación de las pymes argentinas

De acuerdo con Martínez Villavicencio, los gobiernos han desarrollado importantes medidas dirigidas al fortalecimiento de las Pymes, como por ejemplo, la creación de leyes, normas y reglamentos para su orientación y protección, las políticas de fomento para el desarrollo, la creación de redes e instituciones para integración y difusión; la creación de programas y fondos para su financiamiento; los programas de asistencia y capacitación, entre otras⁶². Este empeño de los gobiernos se debe al rol desempeñado por las pymes latinoamericanas en la estructura productiva y con respecto a Argentina representan el 15% de las exportaciones⁶³.

Algunos trabajos ponen de manifiesto que la “canasta de productos industriales exportados por las Pymes tiene una composición sustancialmente diferente a la que prevalece en la mayor parte de las exportaciones argentinas (Moori-Koenig y Yoguel 1996, Gatto y Ferraro 1998). Su patrón de especialización, centrado en bienes diferenciados y en los eslabones finales de la cadena productiva se manifiesta en mayores requerimientos de empleo y en una mayor importancia de los procesos de aprendizaje en el desarrollo de ventajas competitivas. Si bien tienen una contribución relativamente modesta en el total de exportaciones, las pequeñas y medianas empresas exportadoras juegan un importante rol en el logro de una canasta de exportaciones más diversificada, tanto en términos de productos como de mercados”⁶⁴.

En contraste con las tendencias de los agentes económicos de mayor tamaño hacia un aumento de las importaciones en sus compras totales, en estas firmas se aprecia un contenido importado significativamente menor, lo que refleja la existencia de lazos más importantes con proveedores locales. Por lo tanto, los impactos directos e indirectos sobre el empleo y la producción de un aumento de las exportaciones de este tipo de agentes, podrían ser mayores que los que se derivan del patrón de las grandes empresas. Sin embargo, a pesar de esta potencialidad, la mayor parte de las pymes enfrentan importantes dificultades para comenzar a exportar y/o consolidar su inserción externa⁶⁵.

Entre la enumeración de desventajas que operan en las exportaciones de las pymes argentinas figuran aquellas a las que el sistema EF viene a dar respuestas. Milesi, Yoguel y Moori Koenig, sostienen que para un grupo importante de empresas, los costos de despacho asociados a la aduana, la manipulación de mercaderías (en depósitos fiscales, terminales), las actividades del despachante y los seguros internos, tienen una elevada incidencia en el precio FOB de exportación... rubros en los que los costos son

⁶² MARTINEZ VILLAVICENCIO, “Factores críticos para el desempeño de exportadores de Pymes”, TEC Empresarial, Vol.1 Ed.1, año 2006.

⁶³ BONOMELLI, Graciela, “Pymes en Argentina: ventajas y desventajas en su inserción comercial internacional, documento de cátedra, materia: Comercio Exterior, Facultad de Ciencias Políticas y RRH, UNR, Rosario, Julio 2012, p. 2.

⁶⁴ MILESI, Darío; YOGUEL, Gabriel y MOORI KOENIG, “Desarrollo de competencias endógenas y éxito exportador de Pymes argentinas: Ventajas competitivas dinámicas: las Pymes exportadoras exitosas argentinas”. FUNDES-McGraw Hill, Año 2001, p 3.

⁶⁵ Ídem Supra, p 28.

excesivos⁶⁶. Y como ya se señaló, otra desventaja es el elevado costo de los fletes internacionales para los envíos pequeños y de reducido valor.

En conclusión los gobiernos concientes del rol desempeñado por las pymes en la estructura productiva argentina han tomado importantes medidas dirigidas a su fortalecimiento. Ahora bien, estas medidas focalizadas en el plano interno deberían complementarse con otras dirigidas a la inserción externa de las pymes.

3.1.2 Estado de EF en Argentina

En el año 2007 argentina recibe la visita técnica de pre-diagnóstico y sensibilización. Los objetivos de la visita fueron presentar el proyecto EF en el país, evaluar la viabilidad de EF, identificar si el operador postal público contaba con las condiciones necesarias para desempeñar su rol y sensibilizar a las autoridades del proyecto.

El resultado de la visita técnica de pre-diagnostico arroja un resultado positivo para argentina. En este momento el proyecto cuenta con un fuerte apoyo político del ejecutivo nacional⁶⁷.

El Ministerio de Planificación Federal, Inversión Pública y Servicios es designado Coordinador Nacional de IIRSA. En tal carácter organiza el Grupo de Trabajo Interinstitucional para EF conformado por la Comisión Nacional de Comunicaciones (CNC), la Administración Federal de Ingresos Públicos (AFIP), la Dirección General de Aduanas (DGA), la Secretaría de la Pequeña y Mediana Empresa y Desarrollo Regional (SEPYME) y la empresa Correo Oficial de la República Argentina.

El 28 de diciembre de 2010 AFIP, la CNC, SEPYME, y el Correo suscriben un “Acuerdo Marco de Cooperación Técnica e Institucional” para la instrumentación del “Proyecto de exportación por envíos postales para pymes en la República Argentina” en virtud del cual se acuerda la mutua colaboración técnica e institucional para el diseño, desarrollo, promoción y viabilización de la instrumentación del proyecto en el país.

Por este acuerdo se crea la Comisión Acuerdo Marco, integrada por los representantes designados de los citados organismos. En este contexto, la comisión tiene el mandato de trabajar sobre dos cuestiones: (i) las condiciones de prestación del servicio EF y sus aspectos operativos, y (ii) el marco normativo que aprobará el servicio el cual, dada las distintas jerarquías de las normas involucradas, se concluye en la necesidad de emitir un decreto del Poder Ejecutivo Nacional (PEN)⁶⁸.

Cuatro años después de la firma del Acuerdo Marco, no se registra ningún avance.

Para conocer la situación actual de EF Argentina se solicitó información a los actuales y ex representantes de las instituciones involucradas. Y todas las

⁶⁶ Ídem Supra, p 20.

⁶⁷ IIRSA. “Primer Grupo Técnico Ejecutivo sobre el proyecto IIRSA. Exportación por Envíos Postales para Mipymes”, Buenos Aires, Argentina, mayo de 2009, disponible en http://www.iirsa.org/admin_iirsa_web/Uploads/Documents/tir_baires09_gte_notas.pdf, consulta 10 de enero de 2014.

⁶⁸ COMISIÓN NACIONAL DE COMUNICACIONES, “Iniciativa para la Integración de la Infraestructura Regional Suramericana”, Bs. As, año 2009, p 1, disponible en <http://www.cnc.gov.ar/infotecnica/postales/ad1.asp>, consulta 22 de agosto 2013.

respuestas brindadas evidenciaron que el proyecto no se encuentra, por el momento, en la agenda del poder ejecutivo.

Desde el Departamento Técnica de Exportación de la AFIP, se informó que el sistema Exporta Fácil en Argentina no tiene ningún tipo de normativa, y que no existe aún un proyecto elevado al PEN para su implementación. La única información disponible en nuestro país es la referente a los países donde ya está funcionando, pero a nivel nacional todavía no se cuenta con ninguna documentación.

Desde el Ministerio de Industria se informa que el proyecto estaría paralizado por la normativa y la resistencia de AFIP y DGA para aceptar la adecuación necesaria. Estas declaraciones permiten comenzar a entender porque EF en Argentina no progresa, a pesar de los compromisos asumidos. A lo que se debe agregar que los miembros de la comisión no profundizan sus respuestas.

Desde la Gerencia de Relaciones Internacionales e Institucionales de la CNC, manifiestan que desafortunadamente no se dispone de información sobre EF en nuestro país.

El Coordinador de Pasos de Fronteras de la Dirección de Asuntos Técnicos de Fronteras, dependiente de la Secretaría del Interior del Ministerio del Interior y Transporte señala que dicho sistema aún no está implementado en nuestro país y si bien conoce de su existencia en otros estados, manifiesta que no cuenta con información sobre la herramienta.

Desde la Gerencia de Servicios Postales de la CNC se sugiere ingresar a la Web www.iirsa.org.ar. Si bien en este sitio es abundante la información sobre EF en general, la información de Argentina es mínima, porque se registra la documentación en función de los avances presentados por cada país, y al no haber avances, no hay registro documental.

Desde el BID, el área de Cooperación Técnica del proyecto informa que el mismo no ha sido implementado aún en Argentina, por lo tanto, no cuenta con información al respecto.

Desde el departamento de Operaciones Internacionales del Correo Oficial se manifiesta que el progreso del proyecto depende de una decisión política, dado que se requiere de una nueva normativa aduanera.

Como se desprende, EF no es prioridad en la agenda de gobierno dado el escaso conocimiento del tema y la ausencia o la insuficiente difusión entre las partes sobre el estado del proyecto, las condiciones para prestar el servicio, su operatividad, etc. Sin embargo, desde algunas instituciones se sostiene que la dificultad de su implementación radica en la negativa a modificar la legislación vigente.

En este contexto, se aventuran ciertas modificaciones que tendrían que ejecutarse. Actualmente el código aduanero en el artículo 553 señala que **“los envíos postales con fines comerciales están sujetos a las normas generales de la legislación aduanera relativas a la importación y a la exportación de mercadería”**⁶⁹. Este artículo se modificaría dado que se diseñaría un nuevo régimen de exportación excluido de las normas generales.

Según el artículo 91 del Código Aduanero “los importadores y los exportadores para solicitar destinaciones aduaneras deben inscribirse en el registro de importadores y exportadores”⁷⁰. Este artículo también debería ser modificado dado que la accesibilidad radica en que un pequeño como un gran empresario esté facultado para exportar, a través de un trámite sencillo sin

⁶⁹ ADUANA ARGENTINA.COM, “Código Aduanero”, Art. 553, Cap. 7º Régimen de franquicias diplomáticas, disponible en <http://www.aduanaargentina.com/leyes/ca.php>, consulta 17 octubre 2013.

⁷⁰ Ibídem, Art. 91 Cap. 3º - Apoderados generales y dependientes.

necesidad de contar con un departamento de comercio exterior. En nuestro país este trámite es realizado por un despachante de aduana debido a su complejidad y tarda aproximadamente 15 días hábiles. Para ello es condición ineludible estar inscripto en Dirección General de Aduanas (DGA), a su vez, es requisito para solicitar la referida inscripción en Aduana:

- Poseer CUIT
- Encontrarse habilitado para ejercer el comercio al momento de solicitarla.

a) Personas Físicas: Tener Registro de Comerciante.

b) Personas Jurídicas: Objeto Social adecuado a la última normativa de la Inspección General de Justicia (IGJ) en cuanto a especificidad de objeto social. Si su objeto social no está actualizado deberá tramitar la modificación en la IGJ previa la inscripción en DGA.

- Poseer solvencia económica de acuerdo a lo normado por Res. Gral. AFIP N° 2144/2006 que indica lo siguiente:

“Los sujetos que soliciten la inscripción en el registro de importadores y exportadores acreditarán solvencia económica si en el último año calendario demuestran ventas superiores a los \$ 300.000,00. Los sujetos que no encuadren en el marco referido más arriba deberán acreditar ante la AFIP solvencia económica mediante póliza de caución solicitada ante compañía de seguros o aval bancario otorgado ante la DGA. En todos los casos el monto a caucionar o a avalar es de \$ 30.000,00 y la AFIP se reserva el derecho de restituirlo cuando considere que el sujeto solicitante ha cumplido con solvencia los requisitos de la norma”⁷¹.

- No registrar antecedentes penales ni judiciales⁷².

En el segundo párrafo señala “**no será necesaria la inscripción cuando importaren o exportaren sin habitualidad, en cuyo caso deberá mediar en cada operación autorización de la administración Nacional de aduanas, la que podrá exigir a los importadores y exportadores que acrediten la solvencia necesaria o que otorguen una garantía, adecuadas a las circunstancias**”.⁷³ Nuevamente el código solicita acreditar solvencia u otorgará a favor de la DGA una garantía, convirtiéndose en una barrera económica, accesible únicamente para unos pocos.

El código en su artículo 95, faculta a la DGA a admitir o denegar la inscripción solicitada dentro de los **30 días a contar desde su recepción**. Lo que en principio inhabilita la inmediatez a diferencia de otros códigos aduaneros como el peruano.

Otro tema a tener en cuenta, que aún no está definido, es la adaptación de la normativa bancaria. ¿Como regularía el ingreso de divisas el Banco Central? En este momento, los exportadores de bienes y servicios desde la Argentina tienen la obligación de ingresar y liquidar en el Mercado Único Libre de Cambio las divisas que ingresen como contraprestación por sus exportaciones. Resta definir si los plazos de ingreso y liquidación de divisas contados a partir de la fecha de embarque de la mercadería, estarían regulados por el tipo de producto exportado (regulación actual) o por un régimen especial a diseñar.

En algunos países, como en Ecuador, la mercadería exportada bajo EF, no está gravada, con la intención de potenciar las exportaciones de las pymes. Habría que ver cual sería la decisión del Ministerio de Economía, en su rol de

⁷¹ GCS Comercio Exterior y Aduanas, “Requisitos para importar en Argentina”, disponible en <http://www.gcscomercial.com.ar/index.php?uid=124>, consulta 22 de enero 2014.

⁷² Ibídem.

⁷³ ADUANA ARGENTINA.COM, Op, Cit., Art. 91.

regulador de los derechos de importación y exportación, y cual sería la posición de la DGA quién es la encargada de aplicarlos.

Se prevé que el Centro Postal Internacional, (zona primaria) realice los controles físicos y documentales de toda la mercadería recibida desde las distintas oficinas del correo argentino. Esto implicaría una sobre carga para dicha jurisdicción aduanera. Otro interrogante abierto es la postura de la DGA ante este cambio.

El sitio Web de IIRSA al referirse a nuestro país expresa que “(la) continuidad del proyecto (está) pendiente de decisión gubernamental”. El 6 de agosto del 2014, está programada la próxima reunión del Grupo Técnico Ejecutivo sobre el proyecto Integración Comercial por Envíos Postales y en esa oportunidad conoceremos sí, al igual que en el 2013, Argentina decide no participar y seguir manteniendo el proyecto fuera de su agenda.

3.1.3 La conveniencia de aplicar el sistema en Argentina

Las estadísticas indican que la continuidad en el mercado externo es una gran dificultad para las pymes exportadoras. Motivo por el cual, sería conveniente la entrada en vigor del sistema EF dado que contribuiría a alentar la permanencia en los mercados externos de las pymes; estimularía sus exportaciones con importantes efectos derrame en el contexto inmediato; simplificaría los procesos logísticos de exportación; reduciría el valor de los fletes internacionales a través del uso de estructuras del correo estatal; fomentaría la cultura exportadora en las pymes; mejoraría la competitividad de los productos, entre otros beneficios. A nivel nacional las ventajas serían: una mayor descentralización de las exportaciones debido a la creación de nuevos puestos de acceso a los trámites de exportación; una mejora en el acceso de divisas para hacer frente a nuestras obligaciones; una mayor diversificación de la canasta de productos exportables y de los mercados de destino. Además, el mercado de “MERCOSUR” es el primer ámbito de exportación para las pymes argentinas, y EF aspira a convertirse en una infraestructura logística postal basada en las redes sudamericanas.

En resumen los técnicos que elaboraron el pre-diagnostico en nuestro país confirmaron la factibilidad de EF en Argentina. Sin embargo el factor crítico para su ejecución radica en que EF no integra la agenda del poder ejecutivo nacional (PEN). Motivo por el cual no se ha elaborado el decreto que regularía el marco normativo del servicio EF, según lo acordado en diciembre de 2010.

4. Conclusiones finales

Actualmente EF transita una etapa de ajuste pero se puede afirmar que ha logrado la finalidad para la cual ha sido diseñada, esto es promover las exportaciones de las pymes a través de soluciones logísticas. En los tres países estudiados Brasil, Perú y Colombia las exportaciones de las pymes crecieron, se simplificó el proceso de gestión de exportaciones para el segmento de objetos de bajo valor y se redujo el valor del transporte internacional, aunque con matices en cada uno de los países abordados.

EF es un instrumento más de promoción de exportaciones que se suma al resto de las herramientas como Ferias Internacionales, Misiones Comerciales, Régimen Reintegros, entre otras, que conjuntamente y cada una desde distintos ámbitos impulsan el proceso exportador de las pymes. Como lo señalamos, en América del Sur las pymes participan escasamente en el total de lo exportado. Por sí mismas las herramientas de promoción de exportación no pueden generar una cultura exportadora. Es imprescindible educar a nuestras pymes y fomentar el hábito exportador en aquellas que se encuentren listas para competir en los mercados más exigentes. Y aquellas pymes que todavía no cumplen con las condiciones para insertarse exitosamente en el exterior, guiarlas como lo hace por ejemplo la Ruta Exportadora de Perú.

EF propone modernizar la administración aduanera al simplificar los procedimientos e innovar al sector postal con un rol externo destacable. Para conseguirlo es necesario actuar de manera coordinada, involucrando a los interesados de los sectores privado y público en la elaboración y aplicación de las medidas de reforma. En este contexto las universidades podrían desempeñar un rol fundamental, actuando como nexo articulador de los distintos actores y capacitando a empresas y operadores para generar expertos en EF.

El objetivo de este trabajo fue describir y evaluar el mecanismo de promoción de exportaciones "EXPORTA FACIL", consensuado por los países sudamericanos en el ámbito de la Iniciativa para la Integración de la Infraestructura Regional Sudamericana.

En Brasil, EF fue pensado como una herramienta que resolvía una potencial "falla de mercado" en la accesibilidad de los servicios logísticos para los actores periféricos, pero el impacto fue mayor. Al ejecutarse este dispositivo se constató que los principales beneficiarios no fueron sus originales destinatarios, concentrado primariamente en los actores periféricos, sino un grupo mayor: (fueron) los actores económicamente más vulnerables, tanto pertenecientes a las regiones con tradición y red exportadora, como las que presentaban severos obstáculos de comunicación y transporte. EF permitió un incremento del 15% en la base de empresas exportadoras, aunque sus ventas sólo representan el 0.10% del total de lo exportado.

Si retomamos las premisas del sistema EF descritas en el capítulo 2, y hacemos una evaluación de ellas, podríamos concluir que:

Brasil ha sido capaz de realizar las *adaptaciones normativas* necesarias para implementarlo a través de la introducción de la nueva modalidad de exportación, llamada "Declaración Simplificada de Exportación" que desburocratiza el procedimiento exportador y elimina el costo de gestión.

También, instrumentó un *sistema digital* que hizo muy fácil exportar al permitir gestionar los trámites de exportación desde cualquier computadora. Además, a través de este sistema se brindó asesoramiento técnico sobre

costos de envíos, plazos, prohibiciones y restricciones en destino, NCM, elaboración de facturas proformas, entre otros. Y, aunque el sistema digital diseñado superó el objetivo original, no ponderó como obstáculo la insuficiencia de acceso a las TICs.

Brasil determinó un *monto máximo* por operación de exportación en USD 50.000, muy superior a los pautados por el resto de los estados que aplican EF. Fijó *el peso y el volumen* de la mercadería pasible de exportar en 30 kg. Habilita múltiples operaciones de exportaciones sin *límites diarios*, marcando una diferencia con los servicios de courier privados.

Asimismo, utilizó al máximo la *infraestructura de la red postal*, pues fue esta institución la que lo diseñó y lo propuso al gobierno, exhibiendo con ello su genuino compromiso en tal sentido. De tal modo, el *sector postal* actuó como un autentico integrador y facilitador. Instaló en las terminales del correo *personal capacitado* para recepcionar los envíos de mercadería, integrando cada municipio al mercado externo.

Por otra parte, logró *reducir los costos* administrativos de despacho hasta en un 16% y asimismo, el precio del transporte.

Podemos tomar como signo de aceptación el que no se registraran cuestionamientos sobre la *capacitación* que se brindó a las pymes, para la correcta utilización del sistema EF.

En conclusión, las premisas del sistema EF en Brasil se cumplen satisfactoriamente. Pero, debe señalarse que aunque se cumplan las premisas, el contexto nacional presenta ciertos condicionantes que podrían repercutir en el mayor o menor éxito del sistema, y que no pueden ser alterados/corregidos desde el programa que estudiamos. Por ejemplo, la escasa cultura exportadora de las pymes.

Si bien los funcionarios manifestaron que a través de EF se contribuyó a generar un cambio cultural en empresas que no exportaban, todavía resta mucho por hacer. Precisamente, porque uno de los factores que condicionan el programa recae en la escasa cultura exportadora de las pymes, factor que no puede ser solucionado desde EF.

Del mismo modo, la falta de acceso a las TICs es otro factor que condiciona el mejor desempeño de EF, pero no se puede dar una respuesta desde esta herramienta.

Por su parte, Perú ha implementado EF con un fuerte compromiso institucional, clave para el éxito del proyecto manifestado en el número de empresas usuarias y en una mayor participación de las pymes en el total de lo exportado. Ha pasado de ser un país receptor de cooperación técnica a proveedor de cooperación en el desarrollo de EF en Uruguay y Ecuador.

Si retomamos las premisas del sistema EF descritas en el capítulo 2, y hacemos una evaluación de ellas, podríamos concluir que:

Perú realizó las *adaptaciones normativas* necesarias para facilitar las exportaciones de las pymes mediante el formato denominado Declaración Exporta Fácil (DEF). Y fue más allá, también legisló en materia tributaria la devolución del Impuesto General a las Ventas y un Drawback del 5% para las exportaciones bajo EF. Asimismo, para que los sujetos bajo el nuevo régimen RUS accedieran a los beneficios del régimen simplificado de exportación, modificó la ley de comprobantes de pago y autorizó la "boleta de venta" (ticket), en reemplazo de la factura comercial para exportar.

Instrumentó un *sistema digital* muy didáctico que permitió gestionar el trámite de exportación por Internet. Este sistema fue premiado por la

Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas en la Categoría Mejor Producto informático.

Determinó un *monto máximo* de cada exportación en USD 5.000 y evalúa elevar las operaciones a USD 10.000. Fijó el *peso* y el *volumen* de la mercadería pasible de exportaren 30 kg, y *no colocó límites diarios* de operaciones cumpliendo con las premisas pautadas.

Utilizó las *estructuras preexistentes del correo público* para despachar y embarcar la mercadería con destino al exterior. Si bien el servicio estuvo disponible en toda la extensión geográfica, los usuarios manifiestan su disconformidad con su rendimiento por pérdida de envíos, arribos fuera de término, mala comunicación con el cliente, entre otras quejas. Entre los datos positivos del servicio postal los usuarios frecuentes contaron con descuentos corporativos y créditos; empaques gratuitos para el acondicionamiento de la mercadería, y la opción de recolectar la mercadería en el domicilio.

La premisa que se cumplió de modo regular fue la de disponer en las terminales del correo de personal *capacitado* para recepcionar el despacho de la mercadería.

Si logró *reducir el valor* de los envíos y gestiones administrativas de exportación.

Se *capacitó* satisfactoriamente a los emprendedores de las pymes para la correcta utilización del sistema y la inserción externa a través de múltiples programas: jueves de EF, actividad de orientación implementada por el operados postal; Voluntariado Universitario, estudiantes de los últimos años que actúan como asesores del proceso exportador, y el servicio Ruta Exportadora de PROMPERU.

Si bien pudo reproducir el espíritu del sistema, mediante el cumplimiento de casi todas las premisas, su “talón de Aquiles” radica en la escasa calificación del operador postal. El servicio de SERPOST requiere de una imperiosa mejoría.

Al igual que en Brasil hay que seguir alentando la cultura exportadora de las pymes y el desarrollo de las TICs para optimizar el contexto de la herramientas de promoción de exportación.

En Colombia la promoción del comercio exterior de las Mipymes y la competitividad de los servicios postales fueron dos Políticas de Estado previas a EF, con las que se articuló esta herramienta. En este marco EF logra incrementar la participación de las pymes en el total de las ventas externas y contribuye a descentralizar las exportaciones.

Si retomamos las premisas del sistema EF descriptas en el capítulo 2, y hacemos una evaluación de ellas, podríamos concluir que:

Colombia realizó las *adaptaciones normativas* necesarias para facilitar las exportaciones. Al igual que Perú también legisló en materia tributaria la devolución del Impuesto al Valor Agregado.

También instrumentó un *sistema digital* muy didáctico que permitió gestionar a través de claros y simples pasos el trámite de exportación por Internet.

Determinó un *monto máximo* de cada exportación en USD 5.000, elevando el anterior valor de USD 2000. Fijó el *peso* de la mercadería pasible de exportaren 30 kg, aumentó en 10kg según la legislación previa. Y *no colocó límites diarios* de operaciones.

Asimismo utilizó las *estructuras preexistentes del correo público* para transportar los bienes. Si bien los usuarios estuvieron conformes con el servicio en cuestiones como cobertura, cercanía de las oficinas, publicidad clara,

descuentos corporativos del 15%, forma de pago a 30 días y la opción de recolectar la mercadería en el domicilio, manifestaron su disconformidad con el nivel de roturas y pérdidas de envíos, la dificultad con el rastreo y el seguimiento de los mismos.

En las terminales del correo, el personal no se estuvo adecuadamente *capacitado* para recepcionar el despacho de la mercadería.

Si se consiguió *reducir el valor* de los envíos y gestiones administrativas de exportación.

Se *capacitó* satisfactoriamente a los emprendedores de las pymes para la correcta utilización del sistema y la inserción externa.

Hoy, su desafío versa en un servicio postal confiable para lo cual debería profesionalizar su personal.

A esto habría que agregar la arraigada cultura de la informalidad empresaria, y la ausencia de una institución dispuesta a liderar el proyecto.

Comparte con el Brasil y Perú la escasa cultura exportadora de las pymes y la falta de universalizar las TICs.

Por otra parte Argentina pese a su ambiente favorable para la ejecución de EF y sus potenciales beneficios, todavía se encuentra a la espera de una decisión del PEN para la inclusión de EF en la agenda de gobierno.

Por último, las experiencias de Brasil, Perú y Colombia indicaron que el actual estado del sistema EF requería de acuerdos con los operadores postales y con las aduanas en destino para facilitar la entrega de los bienes en destino. Es por esto que los gobiernos comenzaron a diseñar una respuesta conjunta, en materia aduanera y postal, materializada en un nuevo Sistema "Importa" Fácil que se articularía con el actual Exporta Fácil.

BIBLIOGRAFIA GENERAL

- **ADUANA ARGENTINA.COM**, “Código Aduanero”, disponible en <http://www.aduanaargentina.com/leyes/ca.php>, consulta 17 octubre 2013.
- **ANÁLISIS DEL COMERCIO EXTERIOR ARGENTINO EN 2011**, Reflexiones para favorecer la producción nacional. Bs. As, AIERA, año 2012, disponible en <http://www.aiera.org/pdf/info20.pdf>, consulta: 31 de enero de 2014.
- **ANTUNES, Rose Mary y MELO GOTELIPE, José**, “Exportaciones por remesas postales para Pymes IIRSA”, Ministerio de Comunicaciones, Brasilia, Junio de 2005, p 1 a 18, disponible en http://www.mtc.gob.pe/portal/consultas/cid/boletines_cid/11_junio/ARCHIVOS/PropostalIIRSAExportafacil.pdf, consulta: 5 de enero de 2014.
- **ARZUBIAGA SCHEUCH, Augusto**, “La transición del IIRSA a la Unión de Naciones Suramericanas”, Perú, 2010, disponible en http://www.up.edu.pe/ciup/SiteAssets/Lists/JER_Jerarquia/EditForm, consulta: 10 de junio de 2013.
- **BID – INTAL**, “Desafíos e iniciativas para la inserción internacional de las PYMES en la región”, N° 202, 2013, disponible en <http://www.iadb.org/intal/cartamensual/cartas/Articulo.aspx?ld=e2cfbdab-f98f-4c6c-bad2-a818338c4669>. Consulta 6 de enero de 2014.
- **BRANDI, Juan Pedro**, “Exportación por envíos postales. Tres niveles de análisis”, Revista Integración y Comercio N° 34, año 16, enero - Junio 2012, p 17 a 24, disponible en www.iadb.org/intal/intalcdi/.../e_INTAL_IYC_34_2012_Brandi.pf, consulta 10 de enero de 2014.
- **BONOMELLI, Graciela**, “Pymes en Argentina: ventajas y desventajas en su inserción comercial internacional”, Documento de Cátedra, Materia: Comercio Exterior, Facultad de Ciencias Políticas y RRH, UNR, Rosario, Julio 2012, p. 2.
- **CAMPOS, Rosario y ESTEVEZ, Ignacio**, “Metodología de análisis del potencial de integración productiva y desarrollo de servicios logísticos de valor agregado”, BID Publicaciones, año 2012, p 1, disponible en http://www.iirsa.org/admin_iirsa_web/Uploads/Documents/iprlg_notatecnica.pdf, consulta 30 de noviembre de 2013.
- **CONPES**, “Documento Consejo Nacional de Política Económica y Social 3628, República de Colombia”, Departamento Nacional de Planeación, Bogotá D.C., 14 de diciembre de 2009, disponible en <https://www.dnp.gov.co/LinkClick.aspx?fileticket=nmjvbk0CtvA%3D&tabid=907>, consulta 1 de octubre de 2013.
- **CARON, Justin y ANSON, José**, “Facilitación del comercio a través de la red postal. Economía postal en países en desarrollo”, UPU, año 2008, p 1 a 61, disponible en http://siteresources.worldbank.org/INTRANETTRADE/Resources/Internal-Training/Anson_EasyExport_paper.pdf, consulta marzo 2013.
- **CARON, Justin y ANSON, José**, “La facilitación del comercio para las exportaciones de bajo valor en Brasil: lecciones que aprender de las

- declaraciones simplificadas de exportación y el uso de las redes postales mediante **Exporta Fácil**, en http://siteresources.worldbank.org/INTRANETTRADE/Resources/Internal-Training/Anson_EasyExport_paper.pdf. Consulta 8 de enero de 2014.
- **COMISIÓN NACIONAL DE COMUNICACIONES**, “Iniciativa para la Integración de la Infraestructura Regional Suramericana”, Bs. As, año 2009, p 1, disponible en <http://www.cnc.gov.ar/infotecnica/postales/ad1.asp>, consulta 22 de agosto 2013.
 - **CORPORACIÓN SUDAMERICANA DE LOGÍSTICA**, “Costos logísticos: un verdadero golpe a la competitividad”, disponible en <http://grupocsl.org/bolivia/costos-logisticos-un-verdadero-golpe-a-la-competitividad-bid-banco-mundial-y-cepal-advierten-que-solamente-por-ineficiencias-en-el-transporte-nuestros-costos-logisticos-regionales-superan-en-un-50-a-l/>, consulta 26 de octubre de 2013.
 - **FUNDACIÓN EXPORT.AR**, “Capacitación”, disponible en http://www.exportar.org.ar/web2013/capacitacion_evento.php?ndoc=426, consulta 25 de octubre de 2013.
 - **GERENCIE.COM COLOMBIA**, “Diferencie entre régimen común y régimen simplificado”, septiembre 2013, disponible en <http://www.gerencie.com/diferencie-entre-regimen-comun-y-regimen-simplificado.html>, consulta 16 de enero de 2014.
 - **GUILLEMINOT, Carol**, “Exporta Fácil, una solución para pequeñas y medianas empresas”, Paysandú, mayo 2009, p 1, disponible en <http://rotafolio.wordpress.com/2009/05/25/exporta-facil-una-solucion-para-pequenas-y-medianas-empresas/>, consulta 17 de junio de 2013.
 - **GONÇALVES, Ivan Luiz y DUARTE GODOY, Myriam**, “Exportao por Envios Postais - Relatório Mensal”, Ministerio de Comunicaciones, Brasilia, enero 2014, p1 a 97, disponible en http://www.mc.gov.br/component/docman/cat_view/57-servicos-postais/58-exportacoes-por-envios-postais/84-2013?Itemid=13217, consulta 28 de enero de 2014.
 - **GONZALEZ, Julio; GUASCH, José y SEREBRISKY, Tomás**, “América Latina: altos costos logísticos y una infraestructura precaria para el transporte de las mercancías”, CCLAC, Agosto 2007, p 5, disponible en http://www.iadb.org/res/consultasanjose/files/summary_sp_esp/infrastructure_summary_esp.pdf, consulta 28 de octubre de 2013.
 - **GUASCH, José Luis**, “La logística como motor de la competitividad en América Latina y el Caribe”, presentado en el V Foro de Competitividad de las Américas para el Banco Interamericano de Desarrollo y el Compete Caribbean, Santo Domingo, República Dominicana, Octubre 2011, p 6, disponible en <http://www.iadb.org/es/publicaciones/detalle,7101.html?dctype=All&dclanguage=es&id=31106%20>, consulta 4 de febrero de 2014.
 - **IIRSA**, “Exporta Fácil Brasil: avances, resultados, y futuro”, Santiago de Chile, Septiembre 2013, p 1 a 17, disponible en http://www.iirsa.org/admin_iirsa_web/Uploads/Documents/envios_postales_santiago13_anexo9_Brasil.pdf, consulta 20 febrero 2014.
 - **IIRSA**, “Presentación del proyecto regional Exportaciones por envíos postales para MIPYMES”, disponible en http://www.iirsa.org/admin_iirsa_web/Uploads/Documents/exfa_preentacion_general_del_preyecto.pdf. Consulta: 30 de septiembre de 2013.

- **IIRSA**, “Primer Grupo Técnico Ejecutivo sobre el proyecto IIRSA. Exportación por Envíos Postales para Mipymes”, Buenos Aires, Argentina, mayo de 2009, disponible en http://www.iirsa.org/admin_iirsa_web/Uploads/Documents/tir_baires09_gte_notas.pdf, consulta 10 de enero de 2014.
- **KUYENG, Juan Luis**, “Exporta Fácil Perú”, Lima, junio 2008, p 6, disponible en, http://www.iirsa.org/admin_iirsa_web/Uploads/Documents/cnr12_baires08_exportafacil_peru.pdf, consulta 15 de agosto de 2013.
- **LOUVISON, Marise Helena**, “Estudio de relevamiento de mejores prácticas para la simplificación de procesos de importación por envíos postales”, Santiago de Chile, octubre 2013, disponible en http://www.iirsa.org/admin_iirsa_web/Uploads/Documents/relevamiento_mejores_practicas_procesos_aduaneros.pdf, consulta 13 de diciembre 2013.
- **MARTINEZ VILLAVICENCIO**, “Factores críticos para el desempeño de exportadores de Pymes”, TEC Empresarial, Vol.1 Ed.1, año 2006.
- **MILESI, Darío, YOGUEL, Gabriel y MOORI KOENIG**, “Desarrollo de competencias endógenas y éxito exportador de Pymes argentinas: Ventajas competitivas dinámicas: las Pymes exportadoras exitosas argentinas”. FUNDES-McGraw Hill, Año 2001.
- **OMC**, “Examen de las políticas comerciales. Brasil. Políticas y prácticas comerciales, por medidas”, Brasil, marzo 2009, disponible en http://www.wto.org/spanish/tratop_s/tpr_s/s212-03_s.doc, consulta 7de enero de 2014.
- **PORTAL OFICIAL 4-72**, “Exporta Fácil”, disponible en http://www.472.com.co/index.php?option=com_content&view=article&id=180&Itemid=262, consulta 17 de octubre de 2013.
- **PROMPERU**, “Exporta Fácil”, Sub Dirección de Servicios y Asistencia Empresarial, Lima, diciembre 2012, disponible en http://www.ejeexportador.pe/pdf/04dic/sala2/Carol%20Flores_%20Exporta%20F%C3%A1cil.pdf, consulta 15 de diciembre de 2013.
- **RADIO UNO**, “Premio buenas prácticas en gestión pública en carrera”, Perú, agosto 2008, p 1, disponible en http://www.radiouno.pe/noticias/6312/upt_banner.swf , consulta 21 de octubre 2013.
- **RAMELA, Susana**, “Evaluación final Programa UPAEP-BID/FOMIN. Programa de Implementación piloto de un sistema simplificado de exportaciones por envíos postales (EXPORTAFACIL)”, año 2012, p 12, disponible en <http://www.exportafacil.com.uy/wp-content/uploads/2012/11/informe-evaluacion-final-upaepaprob-ago2012.pdf>, consulta 1 de octubre de 2013.
- **SANAHUJA, José Antonio**, “Regionalismo post-liberal y multilateralismo en Sudamérica: El caso de UNASUR”, en El regionalismo “post-liberal” en América Latina y el Caribe: nuevos actores, nuevos temas, nuevos desafíos, Bs. As, CRIES, año 2012, p 19 a 73, disponible en http://www.academia.edu/2076400/Regionalismo_post-liberal_y_multilateralismo_en_Sudamerica_El_caso_de_UNASUR , consulta: 25 de enero 2014.
- **SANAHUJA, José Antonio**, “La construcción de una región: Suramérica y el regionalismo post-liberal”, en una región en construcción UNASUR y

la integración de América del Sur, Barcelona, CIDOB, 2010, p 87 a 136, disponible en http://www.google.com.ar/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&frm=1&source=web&cd=1&ved=0CCsQFjAA&url=http%3A%2F%2Fwww.cidob.org%2Fes%2Fcontent%2Fdownload%2F23373%2F271111%2Ffile%2F28_Interrogar_UNAREGIONENCONSTRUCCION.pdf&ei=cJWQUpfVEpfesASWr4F4&usq=AFQjCNFjyKFc_CO1tNoccCBCKVd7XIsiiQ&sig2=IAYG6csVgRD_hhwcoQGYhPQ&bvm=bv.56988011,d.cWc, consulta 3 de junio de 2013.

- **SANCHEZ RAMOS, Fabián Ernesto**, “La inserción internacional de las MiPymes a través de las exportaciones por envíos postales Exporta Fácil-Ecuador y la integración suramericana”, I Congreso de la Red de Integración Latinoamericana, Santa Fe, mayo 2011, p 1 a 9, disponible en www.uncu.edu.ar/relacionesinternacionales/upload/redilaeje55.pdf, consulta 6 de enero de 2014.
- **SERBIN, Andrés; MARTINEZ, Laneydi y RAMANZINI Junior, Haroldo**; “Introducción, El regionalismo “post-liberal” en América Latina y el Caribe: Nuevos actores, nuevos temas, nuevos desafíos”, Bs. As, CRIES, año 2012, p 7 a 18, disponible en http://www.academia.edu/2076400/Regionalismo_post-liberal_y_multilateralismo_en_Sudamerica_El_caso_de_UNASUR, consulta 27 de enero 2014.
- **SERPOST**, “El correo del Perú. Hechos de importancia II trimestre 2013”, Lima, abril –junio 2013, p 1 a 13, disponible en http://www.serpost.com.pe/transparencia/Documentacion_Transparencia/Docs_2013/Datos_Generales/Comunicados/HI.2.Trim.2013.pdf, consulta 21 de enero de 2014.
- **SISTEMA INTEGRADO DE INFORMACIÓN DE COMERCIO EXTERIOR**, “Premios Exporta Fácil”, Lima, año 2012, disponible en <http://www.siicex.gob.pe/siicex/portal5es.asp?page=808.48600>, consulta 15 de septiembre de 2013.
- **SISTEMA INTEGRADO DE INFORMACIÓN DE COMERCIO EXTERIOR**, “¿Que es Exporta Fácil?”, Lima, año 2014, disponible en <http://siicex.gob.pe>, consulta 1 de noviembre de 2013.
- **SUNAT**, ¿Cuáles son los requisitos para acogerse al Nuevo RUS?, disponible en http://orientacion.sunat.gob.pe/index.php?option=com_content&view=article&id=142:03-icuales-son-los-requisitos-para-acogerse-al-nuevo-rus&catid=43:nuevo-rus&Itemid=70, consulta 16 de enero de 2014
- **SUNAT**, disponible en <http://www.sunat.gob.pe/exportaFacil>, consulta 22 de octubre de 2013.
- **SUNAT**, “Envíos o paquetes transportado por concesionarios postales. Procedimiento específico: exportación con fines comerciales a través del servicio postal”, Perú, junio 2007, disponible en <http://www.sunat.gob.pe/legislacion/procedim/despacho/especiales/consEcPostal/procEspecif/inta-pe-13-01.htm>, consulta 30 de octubre de 2013.
- **UEKI Yasushi, TSUJI Masatsugu, CÁRCAMO OLMOS Rodrigo**, “Tecnología de la información y las comunicaciones (TIC) para el fomento de las pymes exportadoras en América Latina y Asia oriental”, CEPAL, Santiago de Chile, 2005, p 1 a 136, disponible en <http://www.eclac.org/publicaciones/xml/9/26929/Serie%20Web%2033.pdf>, consulta 21 de febrero de 2014.

- **UNCTAD**, “Manual de Facilitación del Comercio”, diciembre 2005, p 1 a 118, disponible en unctad.org/es/docs/sdtetlb20052_sp.pdf consulta 6 de enero de 2014.
- **ZEBALLOS, Emilio**, “Micro, pequeñas y medianas empresas en América Latina”, Revista CEPAL, Bs. As, N° 79, Abril 2003, p 64.

ANEXO

Entrevista realizada a Luis Brodín.

Jefe de Departamento de Operaciones Internacionales

Correo Oficial de la República Argentina

Miembro de la Comisión Exporta Fácil en Argentina

¿Que nos puede comentar sobre el Proyecto Exporta Fácil?

El proyecto es una experiencia exitosa de Brasil, presentada en el ámbito de UNASUR. La idea es que todo artesano, pequeño o mediano productor pueda exportar, utilizando el correo.

Argentina, aceptó la propuesta y por eso se hizo un relevamiento en nuestro país de los pro y de los contra para poder implementar el servicio. En este relevamiento se recogió información de AFIP, Aduana, del Correo, de los Ministerio de Industria, Economía y del Banco Central, o sea de todas las instituciones involucradas.

¿Se puede acceder a esa información?

En este momento no. La información esta plasmada en expedientes de uso interno, pero no hay información abierta al público.

¿Cual es estado actual del proyecto?

Actualmente el proyecto se encuentra en un impasse. Hace aproximadamente un año y medio que no hay practicante avances. El progreso del proyecto depende de una decisión política, que por el momento no hay, debido a que hay otros temas en la agenda de gobierno.

¿Cuales son los obstáculos que enfrenta el proyecto?

El principal problema es que se requiere una nueva normativa aduanera, donde exportar sea una posibilidad para cualquiera, ya sea un artesano o una pyme. Hoy, para poder exportar se debe, obligatoriamente estar inscripto en el Registro de Exportadores e Importadores de la República Argentina. Este obstáculo debe ser eliminado. También implica eliminar la figura del despachante de aduana en ciertas etapas del proceso. Otro problema, que ha cobrado relevancia en estos últimos tiempos es que el Banco Central tiene un férreo control de las divisas y solicita un equilibrio entre las importaciones y las exportaciones.

¿Cuáles son las Normativas vigentes?

Tenemos la normativa General, la de Courier y la Simplificada que opera en frontera. Es necesario adaptar alguna de estas tres normativas, porque ninguna se adapta completamente al sistema.

¿Las Oficinas de correo capacitarían a su personal para que cumplan algunas funciones aduaneras?

No. Los empleados serían capacitados en algunas funciones vinculadas al procedimiento, pero no cumplirían funciones aduaneras. En argentina, el interesado debería imprimir su declaración aduanera y llevarla junto al paquete a la oficina de correo más cercana. Después sería enviado al Centro Postal Internacional, que es una Zona Primaria Aduanera. En este momento recién intervendría aduana, quien valida los datos, verifica la mercadería y autoriza el envío. Todo estaría centralizado en Bs. As.

Muchas Gracias por su colaboración.

A continuación se desarrolla la opinión de distintas instituciones que participaron en el Proyecto EF Argentina (según IIRSA) y llama la atención la falta de información de algunos actores involucrados.

AFIP

Jefe (I) Div. Técnica

Dpto. Técnica de Exportación

¿Qué información nos puede brindar sobre EF en Argentina? Se está elaborado alguna normativa?

El sistema Exporta Fácil en Argentina no tiene ningún tipo de normativa. Actualmente no existe ni siquiera un proyecto elevado al PEN para su implementación.

En Argentina tienes el Régimen Simplificado de Exportación del Dto 855/97y modificatorios, pero no es similar al exporta fácil que vos te referís.

¿Con que información contamos en nuestro país?

La única bibliografía disponible es la referente a los países donde ya está funcionando (Por Ej: Brasil, Perú, Uruguay) pero a nivel nacional no habría nada.

Ministerio de Industria de la Nación

¿Por qué no avanza la implementación de EF en nuestro país?

EF está trabado por la normativa impositiva y la resistencia de AFIP y Aduana para aceptar la adecuación necesaria. En Correos de Argentina hay interés en avanzar en la temática pero todo depende del ejecutivo.

Comisión Nacional de Comunicaciones

Area Políticas y Organismos Internacionales

Gerencia de Relaciones Internacionales e Institucionales

¿Qué información nos puede brindar sobre EF en Argentina?

Desafortunadamente no dispongo de la información que solicitas.

Ministerio del Interior y Transporte

Coordinador de Pasos de Fronteras

Dirección de Asuntos Técnicos de Fronteras

Secretaría de Interior

¿Que información nos puede brindar sobre EF?

Dicho sistema aún no está implementado en nuestro país, por lo cual aún no conocemos la normativa

Comisión Nacional de Comunicaciones

Gerencia de Servicios Postales

¿Qué información nos puede brindar sobre EF?

La única información disponible es la que se encuentra en la web www.iirsa.org.ar, aún no contamos con información extra.

BID-INTAL

Coordinadora Cooperación Técnica RG-T2202


¿Qué información nos puede brindar sobre EF?

Muchas gracias por tu contacto e interés en el proyecto. Te comento que el mismo no ha sido implementado aún en Argentina, por lo tanto, no contamos con bibliografía al respecto.

Toda la información disponible sobre el proyecto y los países donde fue implantado (Brasil, Ecuador, Colombia, Perú y Uruguay) se encuentra disponible en la página web de COSIPLAN-IIRSA en el siguiente enlace:

<http://www.iirsa.org/Page/Detail?menutemId=98>

Espero esta información sea de utilidad.

		DECLARACIÓN EXPORTA FÁCIL Guía Postal; CP-72, EM-1, CN-22, CN-23 (A)		Código de Barras Número de Guía Postal				
DSE N° Aforo:		Fecha :						
1	Exportador (remittente)				R.U.C. del Exportador			
	Dirección							
	País		Ciudad		Código Postal			
	Persona de Contacto			Tel/ Fax	E-Mail			
2	Importador (destinatario)							
	Dirección							
	País		Ciudad		Código Postal			
	Persona de Contacto			Tel/Fax	E-Mail			
DESCRIPCIÓN DE MERCANCÍA								
SERIE	Subpartida Nacional	Descripción de la Mercancía		Valor venta / N° de bulto	Cant./TUF	N° y Fec. C. de pago	Regimen Pres. y/o Apli.	
1								
2								
3								
4								
5								
4	Diligencia de Aduanas				Total V. Venta.		Total. Bulto	
					Moneda de V.		N° Certificado de Origen	
					Tipo de Cambio		Otros Doc. Adj.	
					Fecha		Hora	
					Firma y Sello		Total Serie	
5 Instrucciones del Exportador en caso de no efectuarse la entrega				6 Controles sanitarios, fitosanitarios u otras restricciones				
<input type="checkbox"/> Devolver <input type="checkbox"/> Abandonar				<input type="checkbox"/> Si <input type="checkbox"/> No				
6 Oficina de Origen de SERPOST				7 Entrega en Destino				
Fecha: Hora: Nombre: Código del Expendedor: Firma				Fecha: Hora: Nombre: Documento de Identidad: Firma				
8 Persona que Entrega el Envío a SERPOST				9 Peso Bruto (tarifado)				
Nombre: N° DNI: Firma						10 Valor Total Flete		
Certifico que la información contenida en la presente declaración es exacta, es decir, que las mercancías declaradas no constituyen objeto peligroso y/ o prohibido por las normas de la Unión Postal Universal ni por la legislación interna; sometiéndome en todo caso, a la responsabilidad administrativa, civil, tributaria y/o penal que ubiere lugar, eximiendo de dichas responsabilidades a SERPOST S.A. Asimismo, acepto pagar los gastos resultantes de la ejecución de las instrucciones impartidas aquí para el caso en que el envío no pueda ser entregado. De otro lado, como dueño o remitente de la mercancía descrita en esta declaración, autorizo a SERPOST S.A. para que en mi representación, participe en el reconocimiento físico de las mercancías, toda vez que como Administración Postal del Estado Peruano está facultada a someter los envíos postales a control aduanero. Fecha :								
Firma del Exportador								

Fuente: <http://www.google.com.ar/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&frm=1&source=web&cd=2&ved=0CDEQFjAB&url=http%3A%2F%2Fwww.sunat.gob.pe%2Flegislacion%2Fprocedim%2Fdespacho%2Fespeciales%2FconsecPostal%2FprocEspecif%2FdocAnexos%2Fformato-dje.doc&ei=A3L6UoDXFumisQTFv4GoBw&usq=AFQjCNHaOyM9hzooY-5M2Qtze2e42dPm7g&sig2=GqcaNKZMWXQ6qGbdUiYmpg>, consulta 22 de noviembre de 2013.

