

JORNADAS ACADÉMICAS 2011



10 propuestas para potenciar



Agenda de la Exposición

1. Presentación

2. ¿Qué es Exporta Fácil?

3. Funcionamiento actual

4. Análisis teóricos

5. Pilares fundamentales

6. Las 10 propuestas

7. Conclusiones

1. Presentación

10 propuestas para potenciar



Promoción de exportaciones

- Tópico 2011 – UDE.
- Es un tema muy amplio.

Elección

- Focalizar el estudio en las Mipymes y en la oferta exportable no tradicional.

Ir a lo específico

- Analizar el funcionamiento del programa Exporta Fácil.

Enfoque

- Práctico y concreto. No obstante basado en metodologías clásicas.

Pilares fundamentales

- Que permitan llegar a medidas realizables y de implementación simple.

Objetivo

- Diez propuestas concretas para potenciar el sistema Exporta Fácil.

2. ¿Qué es Exporta Fácil?

10 propuestas para potenciar



¿Qué es Exporta Fácil?

Es un sistema de exportación vía postal creado para las Mipymes.

Opera bajo la órbita del Correo Uruguayo y U.P.A.E.P. Hay algunas restricciones. P.Ej: Explosivos, armas.

Requisitos: Estar inscripto en BPS, DGI y obtener certificado Dinapyme.

Dos modalidades: Expreso (EMS) y prioritario (normal).

Diferencias con el sistema tradicional de exportación

Conceptos	Exportación Tradicional	Exporta Fácil
¿Quiénes pueden exportar?	Todo tipo de empresas	Mipymes
Costos administrativos	Relativamente elevados	Reducidos
Trámites y pagos	Centralizado en Montevideo	Todo el país
Despachante	Despachante particular	A través de ADAU - sin costo
Transporte	Forwarder particular	Correo Uruguayo, vía aérea
Cargos por depósito	Contrato particular	Incluido en la tarifa
Volumen de exportación	Contenedores	Pequeños volúmenes
Monto de exportación	Sin límite	US\$ 3.500

Proceso de implementación

Origen: Correo de Brasil, en 1999.

Iniciativa Nro. 30 de IIRSA, 2006.

Financiación del BID / FOMIN ejecutado por UPAEP.

Perú: 2007
Uruguay: 2009
Colombia: 2009
Ecuador: 2011

3. Funcionamiento actual

10 propuestas para potenciar



Datos de Exporta Fácil Uruguay

De Julio-2009 a Junio-2011

Cantidad de exportaciones

- 222

Cantidad de mipymes

- 32

Cantidad de productos

- 59

Mercados de destino

- 40

Valores (miles de US\$ FOB)

- 113

Productos exportados

Prendas de lana

Artesanías

Libros

Mates y termos

Piedras preciosas

Mercados de destino

Argentina

Brasil

Estados Unidos

Resto de América

Francia y España

Experiencia regional



Desde 1999. Origen del programa

- Excelentes resultados.
- Partes de autos, artesanías.



Desde 2007. Primer país en implementar con IIRSA.

- Excelentes resultados. Cuentan con un programa de apoyo.
- Artesanías, prendas de vestir, joyas.



Desde 2009.

- Resultados por debajo del objetivo inicial.
- Productos de lana, artesanías, libros.



Desde 2009

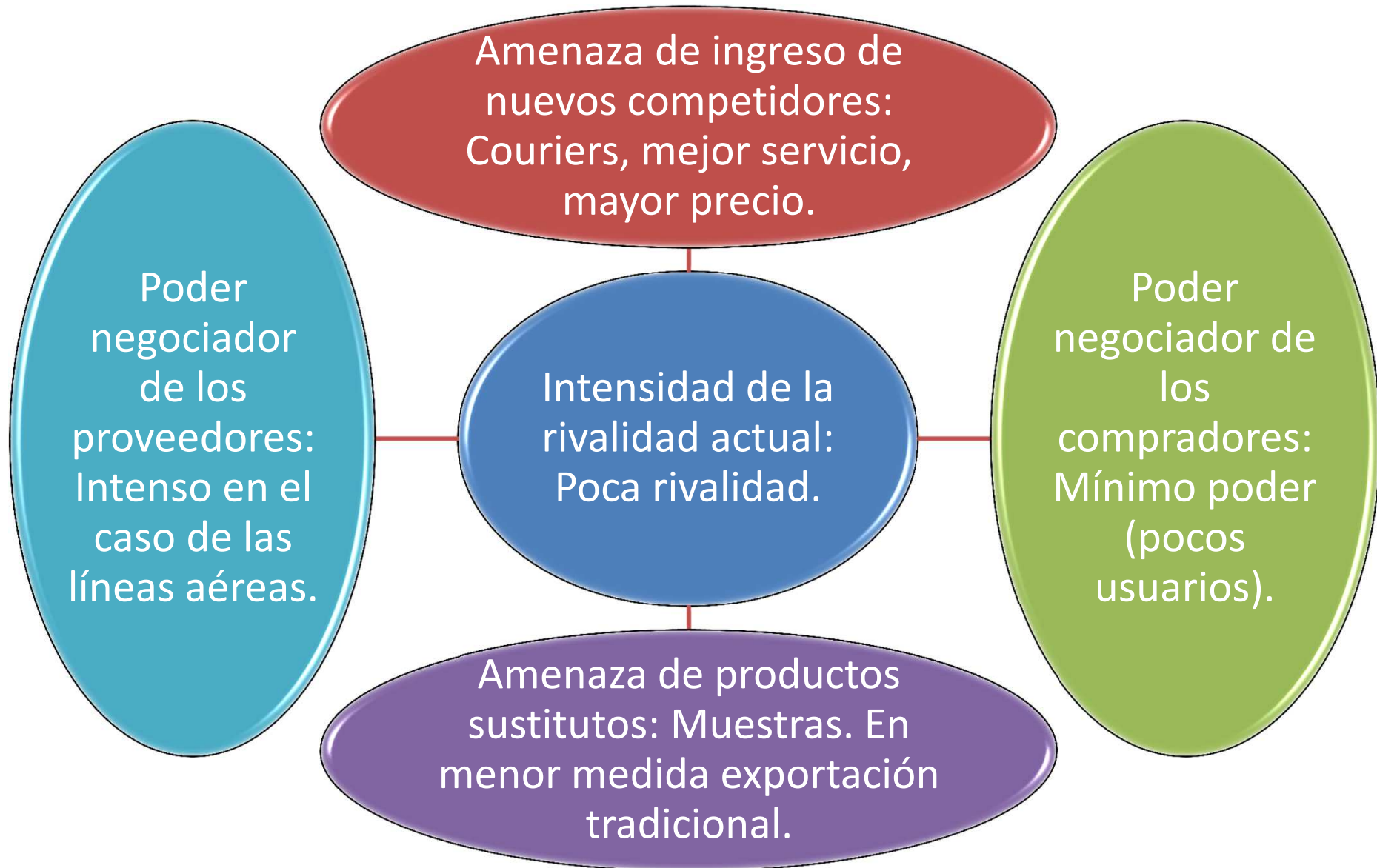
- Resultados acotados, comparativamente inferiores.
- Prendas de vestir, máquinas y equipos.

4. Análisis teóricos

10 propuestas para potenciar



Diagrama de las 5 fuerzas (Porter)



Análisis FODA

Fortalezas:

Bajos costos de envío y gestión.
Red del Correo presente en todo el Uruguay.

Oportunidades:

Clases medias de países emergentes impulsan consumo.
Hay buenas herramientas de apoyo a las mipymes.

Debilidades:

El tiempo de envío es mayor respecto a los correos privados.
Limitado programa de apoyo interno.

Amenazas:

Envío por sistema de muestras.
Fin de programa de financiamiento del BID.

Estrategia competitiva

- Enfoque de bajos costos.
- Apuntar a segmento específico con potencialidad (lanas, cueros).

Ventaja Competitiva

- Bajos costos, con un servicio al cliente en el idioma de las Mipymes.
- Entender la realidad del pequeño empresario. Exporta Fácil como apoyo.

5. Pilares fundamentales

10 propuestas para potenciar



Es necesario un programa de apoyo

En 2011 finaliza el programa de apoyo del BID.

- Menos recursos para consultoría.
- Menor difusión.

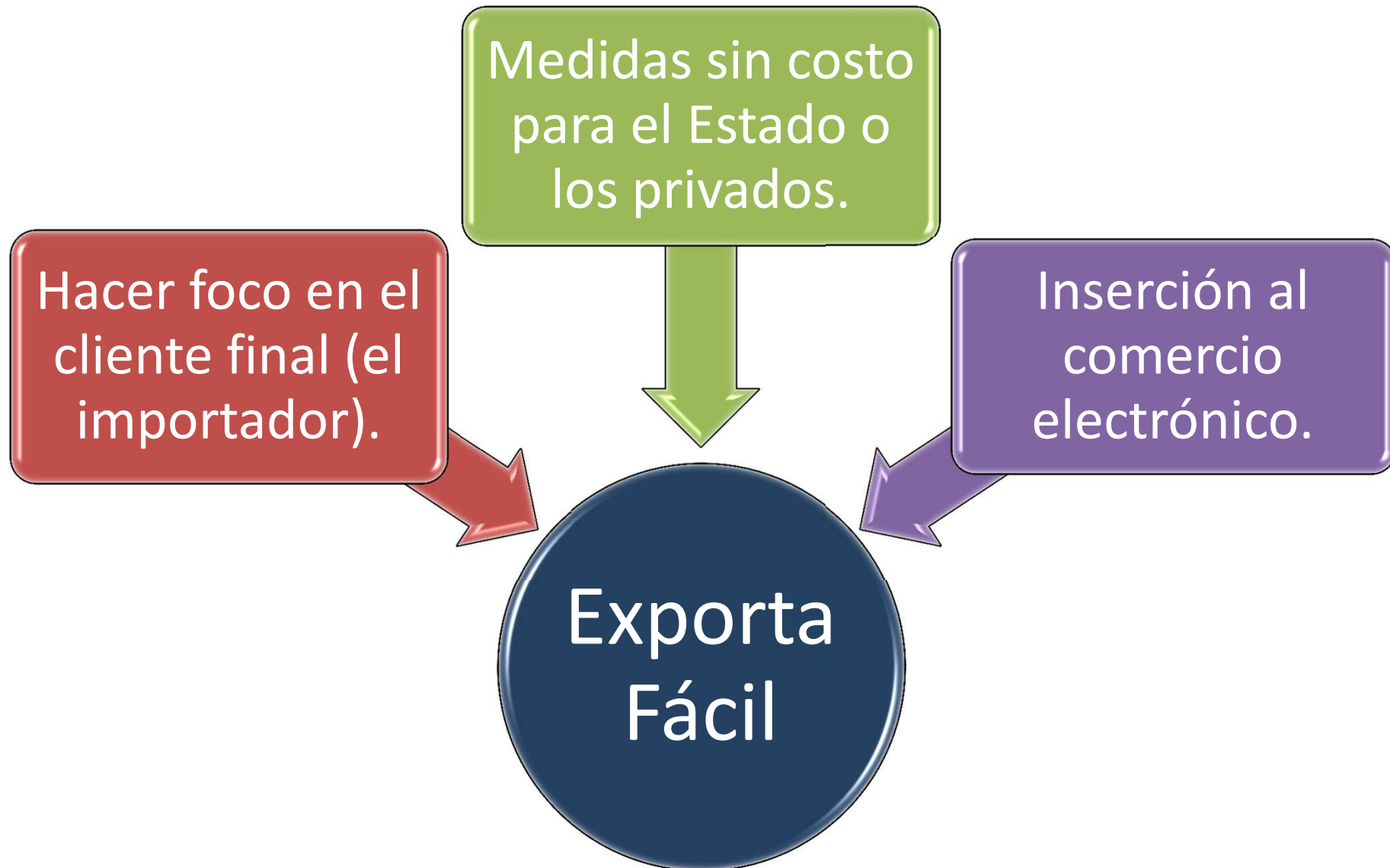
Tomamos la idea de acercar la academia a la empresa.

- Apoyo al empresario
- Práctica para el estudiante.

Creación del Programa de Apoyo a Exporta Fácil

- Nexos entre organismos.
- Créditos académicos.

Tres Pilares fundamentales



6. Las diez propuestas

10 propuestas para potenciar



Matriz Exporta Fácil

Ventaja

Competitiva

P.A.E.F.

Propuestas

Medidas
sin costo
para el
Estado o
privados

Hacer foco
en el
cliente
final

Inserción al
comercio
electrónico

P.A.E.F.

1) Eliminar monto máximo de exportación.

¿Genera costo al Estado / privados?

- No tiene costo de implementación.

¿Ayuda al foco en el cliente?

- Simplifica y unifica recepción.
- Ahorra costos: un solo despacho.

¿Ayuda al comercio vía electrónica?

- Refleja volúmenes actuales de compra y pago electrónico.

2) Simplificar el trámite previo a la salida.

¿Genera costo al Estado / privados?

- No tiene costo de implementación.
- Requiere del apoyo del P.A.E.F.

¿Ayuda al foco en el cliente?

- Mejora el plazo de entrega total.

¿Ayuda al comercio vía electrónica?

- En mejor posición, respecto a los tiempos del comercio electrónico.

3) Traducir al inglés la web de seguimiento.

¿Genera costo al Estado / privados?

- No tiene costo de implementación.
- Requiere del apoyo del P.A.E.F.

¿Ayuda al foco en el cliente?

- Genera confianza en el cliente.
- Brinda mejores herramientas.

¿Ayuda al comercio vía electrónica?

- Se puede comprar y hacer el seguimiento por la web.

4) Capacitar a las mipymes en Comercio Ext.

¿Genera costo al Estado / privados?

- Gestionado por el P.A.E.F.
- Coordinado con El Correo.

¿Ayuda al foco en el cliente?

- En preparación de cotizaciones, negociación, procesos de aduana.

¿Ayuda al comercio vía electrónica?

- Talleres virtuales.
- Plataformas de venta electrónica.

5) Difundir E.F. en el segmento determinado.

¿Genera costo al Estado / privados?

- Gestionado por el P.A.E.F.
- Concentrado en un segmento.

¿Ayuda al foco en el cliente?

- Permite que el empresario llegue al cliente final de mejor forma.

¿Ayuda al comercio vía electrónica?

- Difusión en plataformas líderes de comercio electrónico.

6) Comunicar beneficios de exportar con DUA.

¿Genera costo al Estado / privados?

- Gestionado por el P.A.E.F. y dirigido a los segmentos específicos.

¿Ayuda al foco en el cliente?

- Genera confianza en el cliente.
- Existe una exportación formal.

¿Ayuda al comercio vía electrónica?

- Respaldo para operaciones on-line internacionales.

7) Definir y promocionar un producto bandera.

¿Genera costo al Estado / privados?

- Lograr consenso con organismos.
- Acorde al modo de envío postal.

¿Ayuda al foco en el cliente?

- Actúa como “punta de lanza” para el ingreso de otros bienes.

¿Ayuda al comercio vía electrónica?

- Asociación producto / país en las plataformas de venta electrónica.

8) Establecer un equipo para el P.A.E.F.

¿Genera costo al Estado / privados?

- Integrado por estudiantes, bajo la coordinación institucional de UDE.

¿Ayuda al foco en el cliente?

- Actúa como nexo entre las mipymes y los clientes.

¿Ayuda al comercio vía electrónica?

- Mejor manejo de las nuevas herramientas electrónicas.

9) Investigar mercados y competidores.

¿Genera costo al Estado / privados?

- Con la participación de estudiantes.

¿Ayuda al foco en el cliente?

- Saber como piensan y que necesitan los clientes.

¿Ayuda al comercio vía electrónica?

- Mediante la utilización de herramientas de análisis web.

10) Fortalecer apoyo a las mipymes del interior.

¿Genera costo al Estado / privados?

- A través del soporte de los estudiantes.

¿Ayuda al foco en el cliente?

- Generan nuevas oportunidades de negocio para mipymes del interior.

¿Ayuda al comercio vía electrónica?

- Capacitar en utilización de herramientas electrónicas.

7. Conclusiones

10 propuestas para potenciar



Hay buenas herramientas de promoción, pero dispersas.

- Generar un nexo a través del P.A.E.F., que simplifique esta gestión para la Mipyme.

Las Mipymes sin un programa de apoyo no exportan.

- Exporta Fácil debe ser más que un método de envío al exterior.

Concentrarse en un segmento

- El programa tiene potencial para algunos productos. Prendas de lana y cuero.

Utilizar
plataformas de
venta on-line

- Compatibles con el segmento determinado. Bajos costos comerciales.

Gran potencial
de crecimiento
en el interior.

- Pueden competir en igualdad de condiciones que las Mipymes de la capital.

¿Preguntas?

10 propuestas para potenciar



Muchas gracias.

10 propuestas para potenciar

