

UNIVERSIDAD DE LA REPÚBLICA

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y DE ADMINISTRACIÓN



**TRABAJO DE INVESTIGACIÓN MONOGRÁFICA
PARA LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO CONTADOR PÚBLICO**

**PROMOCIÓN A LAS EXPORTACIONES
EN LOS PAÍSES DEL MERCOSUR Y CHILE**



Cátedra: Negocios con el Exterior
Tutor: Cr. Antonio Fraga
Silvana Docarmo
Virginia Mascareña
Gastón Teicher
Abril 2009

ABSTRACT

En el presente trabajo se realiza un análisis respecto a la promoción de las exportaciones en los países del MERCOSUR y Chile.

Por tanto, se analizarán los diferentes mecanismos y estrategias que cada país ha adoptado en materia de fomento a las exportaciones tanto tradicionales como no tradicionales.

Se comienza describiendo el contexto histórico en el cual se encontraban los países en estudio previo a la formación del MERCOSUR, los motivos que llevaron a dicha integración y las consecuencias que permitieron que éstos logaran abrir sus mercados y mejorar la comercialización de sus productos.

Para comprender el contexto en el cual se encuentra cada uno de los países, se estudian las políticas económicas, los mecanismos aduaneros, regímenes especiales e instrumentos jurídicos utilizados, las instituciones especializadas y agencias de promoción de las exportaciones, y las formas de financiamiento establecidas para facilitar la apertura comercial.

Luego se presenta, mediante un análisis cualitativo de un grupo de empresas e instituciones especializadas, la opinión y experiencia de quienes están involucrados con los mecanismos existentes en estos países. Con ello se logra evaluar si estos mecanismos son de utilidad y si a su vez permiten que la apertura de los mercados genere beneficios.

1. Introducción

Los países que forman parte actualmente del MERCOSUR, y Chile, actuaban de manera independiente y no poseían una gran apertura comercial. Es por esto que para comenzar la investigación, es conveniente ubicar a los países en estudio en un contexto histórico.

La intención de este capítulo es mostrar como muchas políticas, instrumentos y discusiones se vinieron experimentando en el cono sur desde épocas distantes. Se verá también como en algunos países surgieron procesos de liberalización del comercio, los cuales fueron seguidos de procesos en el sentido contrario varias veces a lo largo de los dos últimos siglos.

Se llegará así al momento histórico en el que todos los países estudiados comenzaron un proceso de mayor apertura comercial de manera individual y su posterior unión para afianzarlos a nivel regional y mundial.

1.1. Comienzos de la vida independiente en los países del cono sur

Desde el comienzo de la vida independiente de los países del cono sur, las relaciones económicas de los mismos con el exterior se caracterizaron por las constantes variaciones. Cambiamos continuamente los mercados a los cuales destinábamos nuestros productos, cambió nuestra forma de comercializar nuestra producción y por sobre todo las cantidades y valores que obteníamos por este flujo comercial.

Durante el siglo XIX el comercio mundial experimentó un desarrollo muy importante, sustentado fundamentalmente en el desarrollo industrial vivido en Europa y Norteamérica. Esto trajo como consecuencia que los países latinoamericanos hayan sido desde estas épocas consumidores de los excedentes industriales y productores de materias primas que luego eran exportadas a los países industrializados.

Mas allá de las diferencias que tuvieran inicialmente los países estudiados, en cuanto a los rubros producidos, estos sin dudas se asemejaban en cuanto a que todos poseían economías basadas en la producción y exportación de materias primas y la importación de gran variedad de artículos manufacturados de países de fuera de la región.

Paraguay fue el único país que difería un poco en el modelo. El principal motivo de la poca apertura que tuvo Paraguay en cuanto a sus mercados era

porque su principal rubro de exportación era la yerba, artículo solamente consumido en el cono sur.

Además Paraguay, en la etapa que tuvo al dictador Francia al mando mantuvo una política claramente aislacionista tanto en el ámbito político como económico.

Respecto a la política comercial, tuvo un manejo muy controlado, donde la única importación admitida era armamento. En cuanto a las exportaciones, estas eran dirigidas básicamente a Brasil y Argentina, países que debido a rivalidades políticas establecían condiciones duras para la importación de productos desde Paraguay.¹

En el otro extremo en cuanto a la inserción comercial internacional estaba Chile, país que una vez que conquistó su independencia experimentó el auge de dos sectores productores exportadores. Un sector agrícola ganadero basado fundamentalmente en el trigo y la explotación ganadera.

El otro sector, el minero estaba basado en la extracción de cobre, plata y salitre. El sector minero fue el que logró posteriormente un mayor dinamismo y peso en la economía del país, principalmente por la gran demanda proveniente de Gran Bretaña de cobre y salitre. El posterior retraso en la competitividad del sector agrícola ganadero chileno era causado por condiciones tecnológicas muy atrasadas.²

Brasil tuvo una historia política distinta, ya que una vez que Portugal fue invadido por Napoleón, el rey Portugués se trasladó junto a su corte a Río de Janeiro. Sin embargo el tipo de organización económica no cambió tanto respecto a sus vecinos. A pesar de su gran tamaño, Brasil durante su etapa colonial tuvo a la región Sureste que abarcaba los estados de San Pablo, Río de Janeiro y Minas Gerais como el centro económico del imperio.

Las dos principales actividades eran la minería en la región de Minas Gerais y las actividades agropecuarias en especial del caucho y maderas en el noroeste, las plantaciones de azúcar y café en el noreste, las actividades ganaderas en el sur. La hegemonía de San Pablo era notable, lugar desde donde se centraba toda la actividad de comercio exterior.

En cuanto a los mercados principales a los que accedía Brasil, se puede decir que tuvo pocos cambios respecto a su etapa colonial. La vieja rivalidad con España y los conflictos con Francia, dejaban a la vieja alianza con Gran Bretaña como principal mercado.

¹ Baruja Victor, Paiva Jorge, Pinto Ruv; Una historia del Paraguay; edición 1999

² Chile republicano, <http://www.MemoriaChilena.cl>, última fecha de consulta 23/6/2008

1.2. Segunda mitad del siglo XIX, cambios en las políticas de estado

La estructura que se había formado en el cono sur desde la época colonial y los primeros años de vida independiente, comienza a cambiar desde mediados de siglo XIX y comienzos de siglo XX. Estos generalmente no tuvieron una dirección constante y los grandes enfrentamientos entre las clases políticas fueron continuas, tanto a nivel nacional como regional.

Por ejemplo en Uruguay en el año 1833, se aprobó la primera ley de aduanas, la cual tuvo una finalidad mayormente fiscalista, con un claro sesgo proteccionista en cuanto a la producción local.³

Esta concepción sin embargo cambia en 1861 cuando se aprueba una nueva ley de aduanas, la cual según las propias palabras de Tomás Villalba, Ministro de hacienda en esa época: *“La industria del país necesita para prosperar el estímulo y la concurrencia de la similar extranjera pues de lo contrario se hace perezosa e indolente, se hace rutinaria, jamás adelanta. La verdadera protección consiste en dejarle toda libertad de acción para desenvolverse y afrontar la competencia. Ofrecerle cómodamente materia prima que necesita y la exoneración de derechos al tiempo de su exportación”*.⁴

Esta ley cumplía con dos funciones típicas que desempeñan los aranceles, primero lograr una recaudación mayor mediante la suba de aranceles a productos importados y segundo dirigir la economía, organizando la misma en torno a la explotación de recursos naturales hacia una economía industrial.

Procesos similares se vivieron en el resto de los países analizados, tales como el caso de Argentina que aprobó su primera ley de aduanas en el año 1835, sancionada por Rosas. Dicha ley impuso aranceles muy elevados a prácticamente todos los artículos importados con tasas de hasta el cincuenta por ciento.

Esta ley presentaba sin embargo cierta dualidad en lo que respecta al origen de los productos, ya que los provenientes por vía terrestre no pagaban aranceles, a excepción de la yerba mate y el tabaco proveniente de Paraguay que si los pagaban.

La primera ley aduanera argentina, tenía un claro corte proteccionista, donde se dio una discusión similar a la uruguaya. En el caso argentino, la

³ Reyes Abadie, Washington; Crónica General del Uruguay; tomo III; ediciones de la banda oriental; 1984

⁴ Caumont, Jorge; Anichini, Juan; Sjaastad, Larry; *La política Comercial y la Protección en el Uruguay*, Montevideo; Banco Central del Uruguay; Secretaría General; 1978

vinculación entre unitarios y librecambistas, federales y proteccionistas era bastante directa.

Esto se debe fundamentalmente a que, como habíamos mencionado antes, gran parte de los recursos generados en Buenos Aires provenían del puerto y de sus Aranceles de importación y exportación. Si bien en Uruguay y otros países no hubo desde un primer momento tradición de aranceles a la exportación (detracciones), en Argentina si las hubo. Esto sin embargo tuvo oscilaciones a lo largo del siglo, en los que sectores ganaderos influyeron en la adopción de medidas más liberales en cuanto al comercio exterior a su vez que los sectores manufactureros de las provincias batallaron por medidas más proteccionistas.

Es importante destacar la importancia histórica que tenía para Argentina el papel que jugaba el comercio exterior, ya que era la principal fuente de ingresos de Buenos Aires.

En esta ciudad, residían los unitarios, quienes predicaban un modelo de país basado en Buenos Aires como centro de distribución de toda la producción ganadera de las provincias, tenían además el proyecto de generar una moneda única para la región, proyecto que bajo el gobierno de Rivadavia en la década del veinte casi se ve cristalizado. Este hecho hubiera sido capaz de generar una verdadera política monetaria nacional.⁵

Esta visión tenía su contrapunto en los federales, quienes provenían mayormente de las provincias. Estos tenían por convicción que las provincias deberían tener mayor autonomía y poder de decisión sobre asuntos internos y externos, así como llevar efectivamente el gobierno de sus respectivas jurisdicciones.

Es muy importante destacar que hasta fines de siglo XIX los ingresos por aranceles, constituían la principal fuente de ingresos fiscales en la región. Tal era la importancia de estos ingresos para el estado, que una variación en los mismos podía llegar a producir un déficit fiscal que dificultase muy seriamente las posibilidades de acción de los gobiernos.⁶ Gobiernos como el del General Latorre en Uruguay vieron tan dificultada su acción por la falta de recursos que sin duda resultó factor decisivo en su posterior dimisión.

Paraguay comenzó a vivir un proceso similar una vez muerto Francia, su sucesor Carlos A. López tuvo un gobierno mucho más abierto en temas migratorios y en lo relativo a inversión extranjera, consiguiendo ser el primer país de Sudamérica en tener una línea ferroviaria.

⁵ Gastiazoro, Eugenio; Historia Argentina; Introducción al Análisis Económico Político y Social Tomo II

⁶ Reyes Abadie, Washington; Crónica General del Uruguay; Tomo III, Ediciones de la banda oriental, 1984

El comercio exterior con la región se vio intensificado, consiguiendo aumentar las exportaciones espectacularmente, incluso logró por primera vez desde la independencia de España una mínima presencia comercial en Europa.

En esta época se dieron otros cambios trascendentes en la región, en Uruguay con el primer código civil, se consagraron definitivamente derechos tales como el de propiedad. Se otorgaron las primeras exoneraciones a los aranceles de importaciones en el país, tales como al alambre, destinado a cercar los campos, con el único fin de apuntalar al sector ganadero.

En esa misma época comenzaron a surgir las primeras asociaciones asimiladas al sector exportador ejemplo de esto es la asociación rural del Uruguay en 1871. Esto le trajo al país un claro repunte en la producción de ganado, el que se multiplicó en el período 1875-1879.

En Argentina en la década del cincuenta, comienza paulatinamente un proceso de diversificación productiva. Donde avances como las mejoras en especies de ganado vacuno, inversiones en redes ferroviarias y comunicaciones en general facilitó al gobierno central de Buenos Aires controlar administrativamente al resto de las provincias.

Posteriormente en el año 1871 surge en Buenos Aires el club industrial argentino, que inicialmente estuvo conformado por pequeños artesanos, pequeños industriales e importadores, quienes a causa de los problemas de Europa deciden comenzar lentamente un proceso de industrialización del país el cual es apoyado desde el gobierno.

Así cambiando finalmente la política arancelaria hacia una férrea protección de la industria nacional vía importantes aranceles a los productos importados y detracciones a las exportaciones de materias primas a fin de proveer a la industria local.⁷

En Paraguay con el gobierno de Solano López, hijo y sucesor de Carlos López, las relaciones políticas con Argentina y Brasil empeoraron drásticamente llegando a la brutal guerra de la triple alianza en la que se llega a la casi destrucción del país, lo que por supuesto causó un deterioro económico de tal magnitud que llevó hasta casi los últimos años del siglo XIX la recuperación del país.

Durante muchos años más Paraguay no pasó de tener una economía agraria muy rudimentaria donde el comercio exterior era casi nulo.

Mientras tanto la economía chilena también vivió momentos de estancamiento económico sobre el último cuarto de siglo XIX, en gran medida por el decaimiento de los precios internacionales de los metales.

⁷ Rapaport, Mario; Etapas y crisis en la historia económica argentina: 1880-2005; Santiago de Chile; Oikos 2006

Los mejores momentos que tuvo Chile en este período en lo que refiere a comercio exterior fue generalmente a causa de políticas cambiarias tendientes a generar tipos de cambios altos en relación a Europa, con la intención de generar una balanza comercial más favorable.

Otro hecho relevante acontecido en el período fue la sociedad de fomento fabril, esta sociedad sin embargo no tuvo una influencia muy significativa debido a las crisis económicas que afectaron al país.

El camino de industrialización fue luego profundizado en el siglo XX llegándose a implantar todo un modelo de sustitución a las importaciones cuyo punto máximo se dio sobre mediados de ese siglo.⁸

De forma muy similar se vio afectada la economía brasileña, ya que a causa de la caída de los precios internacionales tanto del café como del caucho los predominantes sectores agro exportadores de Brasil tuvieron momentos de muy baja actividad.

Es importante destacar que estos factores fueron fundamentales para generar un descontento ya que causaron cambios relevantes en el país. En 1871 se aprobó la primera ley abolicionista.

En el año 1891 un golpe militar derrocó al emperador y pasó a ser gobernada bajo un régimen republicano.⁹ Brasil debido a problemas en los precios internacionales de los commodities que producía, además de los problemas políticos que sufrió, tuvo cierto rezago en cuanto a la generación de su sector industrial.

Igualmente al comenzar el siglo XX vio el incipiente surgimiento de su propio modelo sustitutivo de importaciones.

⁸ Inicios de la industria en Chile, <http://www.MemoriaChilena.cl>, última fecha de consulta 23/6/2008

⁹ Abreu, Capistrano, Capítulos de historia colonial, <http://www.bibliotecacervantes.com>, última consulta 23/6/2008

1.3. Comienzos del siglo XX y el modelo de sustitución de importaciones

El viejo modelo exportador, tal cual vimos hasta ahora, estaba agotándose, en parte por cambios internos y en parte también por factores externos.

En el aspecto interno, los cambios estructurales a los países analizados anteriormente hicieron sentir a los distintos sectores políticos que la forma en la que se venía dando la inserción comercial de sus respectivos países no era la más adecuada.

Las crisis económicas de principios de siglo XX, el colapso del sistema del patrón oro a nivel mundial, el fin de los tipos de cambios fijos y las consecuencias de las guerras mundiales, fueron generando dificultades al comercio exterior, así como también corrientes de opinión favorables a un modelo que tendiera a una mayor independencia nacional en cuanto a la producción.

La economía uruguaya a principios de siglo XX se encontraba en el medio de un proceso de cambio al igual que todos los países del cono sur. Luego de sufrir varios procesos de estancamiento económico entre la última década del siglo XIX y los primeros treinta años del siglo XX, la gran crisis del veintinueve fue el golpe de gracia al viejo modelo, aunque el ingreso al denominado proceso de sustitución de importaciones fue largo y paulatino.¹⁰

En forma paralela el país estaba viviendo un cambio profundo en lo que era su política fiscal, tanto en el área impositiva donde se vivió un profundo cambio tributario, como en el gasto público. Este se incrementó como nunca antes en la historia del país, también se vivió un cambio drástico en cuanto a la política arancelaria.

Con la dictadura de Terra en el treinta, se vivieron cambios económicos significativos. Dado los graves problemas del sector ganadero para realizar exportaciones, debido a la caída de los precios a nivel internacional, el país se volcó en gran medida a su sector industrial, el cual incentivado por el estado atrajo gran parte de la inversión privada.

El sector industrial se benefició por disponer de materias primas nacionales a costos reducidos dada la poca demanda externa. Este también se benefició por las medidas estatales como limitaciones a ciertas exportaciones, detracciones, tipos de cambio diferenciados, etc.

¹⁰ Yaffé, Jaime y otros; El desempeño económico global: del modelo agro exportador al modelo de sustitución de importaciones; Instituto de Historia Económica de la Facultad de Ciencias Económicas; 2001

Lamentablemente este sector nunca tuvo un desarrollo tal que resultara competitivo en el exterior, lo que le causó a las exportaciones uruguayas un estancamiento que duró más de cuarenta años.¹¹

A mediados de 1950 comenzó la Guerra de Corea que se prolongó hasta 1953, donde al mismo tiempo terminaba en nuestro país la época de grandes ventas al exterior y de los buenos precios. Los productos que se exportaban eran nuevamente las carnes y lanas, lo que demostraba que el sector industrial uruguayo todavía no había podido alcanzar un reconocimiento a nivel mundial.

En esta década se produjo lo que se denominó el “deterioro de los términos de intercambio”, el mismo provocó un aumento en los precios de las importaciones y una baja en los precios de las exportaciones.

Cambios importantes también surgieron a nivel regional dada la participación de bancos a nivel mundial, fomentando el aumento de las inversiones y estableciendo nuevas empresas. Resultando de este proceso, una mayor apertura comercial de los países del cono sur.

A fines de la década del cincuenta se produjo un cambio importante a nivel cambiario y monetario. El objetivo que se perseguía, era suprimir el método de regulación de la economía que se venía utilizando desde la crisis de 1929. El nuevo método proponía el liberalismo económico, el mismo estaba basado en un mercado donde prevalecía la libre competencia.

Las políticas para llevar a cabo el nuevo método fueron: establecer un tipo de cambio único y libre, dejándose libre a la oferta y la demanda; implantar la libre importación, donde se eliminó el contralor de las exportaciones y de las importaciones, permitiendo la importación de cualquier artículo; fijar detracciones a las divisas obtenidas por las exportaciones; eliminar subsidios tanto a los artículos de primera necesidad como a los cultivos; devaluar la moneda vigente del momento.¹²

En 1960 se creó la Asociación Latinoamericana de Libre Comercio (ALALC), para intensificar el comercio regional mediante rebajas progresivas de los aranceles, siendo esta la iniciativa de los acuerdos para el comercio exterior.

Uruguay se encontraba en una situación de crecimiento importante a nivel interno, y a raíz de esta situación experimenta una transformación pasando a establecer un mercado exterior tanto a nivel financiero como comercial. Estos importantes cambios se dan en la década del setenta.

¹¹ Yaffé, Jaime y otros; El desempeño económico global: del modelo agro exportador al modelo de sustitución de importaciones; Instituto de Historia Económica de la Facultad de Ciencias Económicas; 2001

¹² Nahum, Benjamín; Manual de Historia del Uruguay; Tomo II; Novena edición: EBO; 2002

En 1973 cuando se implanta la dictadura, surge una liberalización cambiaria y una leve movilización de capitales. Los cambios provocados en la época llevan a que el país pase a experimentar exportaciones de productos no tradicionales.

A su vez en esta década se produjeron cambios importantes a nivel comercial. Se realizaron los primeros acuerdos comerciales a nivel externo. Uno de los acuerdos se realizó con Argentina, el Convenio Argentino Uruguayo de Cooperación Económica (CAUCE).

El principal objetivo perseguido por este acuerdo era eliminar los gravámenes. Luego se realizó un tratado con Brasil, el Protocolo de Expansión Comercial (PEC) que tenía objetivos muy similares a los del CAUCE.

Estos trastornos no solo sucedieron en Uruguay, en Brasil por ejemplo Getulio Vargas quien fue dictador en el período 1930-1954, encontró un país con un modelo agro exportador, donde los precios del café, el azúcar y otros commodities determinaban en gran medida el resultado de la balanza comercial.

A partir de esa época Brasil comienza un largo proceso de industrialización que tuvo dos fases. En la primera que duró hasta fines de la década de los años cincuenta, Brasil comenzó a sustituir importaciones livianas, es decir vestimenta, alimentos elaborados, etc.

A partir de los años sesenta comenzó un nuevo proceso de industrialización en el que se produjeron dentro del país químicos, metales y demás productos industriales de mayor complejidad en cuanto a su producción.

La principal característica de este proceso fue que la economía brasilera dejó de tener en las exportaciones agropecuarias a su principal motor productivo, para dejarle este lugar a la industria.

Este modelo tuvo éxito mientras los precios internacionales fueron altos, o vía una política cambiaria devaluatoria se podía lograr mantener en forma sostenida un equilibrio en la balanza de pagos.

Este proceso se continuó hasta el año 1982 cuando a causa de una gran crisis internacional de deuda el sistema finalmente colapsó.¹³

En Argentina también se partía desde una realidad política muy compleja. Los últimos gobiernos del siglo XIX fueron denominados de “unidad nacional” los cuales cambiaron drásticamente las políticas de fomento al sector industrial para favorecer abiertamente a los sectores agrarios.

¹³ Guillén, Arturo, Modelos de desarrollo y estrategias alternativas en América Latina; http://www.centrocelsofurtado.org.br/adm/enviadas/doc/17_20070501225608.pdf; última consulta 28/06/2008

Sin embargo las políticas utilizadas no se enfocaban a lograr incrementos exportables de producción. Este sistema que fue promovido en Argentina fue llamado “capitalismo ausente”¹⁴, ya que promovía tácitamente un modelo agrícola ganadero de carácter casi rentista.

Con la llegada del siglo XX Argentina comenzó lentamente a tomar un nuevo impulso exportador. Este nuevo ciclo tuvo a Gran Bretaña como socio principal, adquiriendo fundamentalmente lanas, carnes y cueros.

El punto máximo de esta etapa se dio en el año 1933 cuando el presidente del momento Julio Roca firmó un tratado comercial con Gran Bretaña, el cual prácticamente convertía a Argentina en un aliado económico de Gran Bretaña.

Esta corriente tenía naturalmente claros opositores, ejemplo de esto fueron las ideas de Raúl Prebisch, quien fue el primer defensor de un modelo sustitutivo de importaciones no solo para Argentina sino para Latinoamérica entera. Estas ideas con el tiempo fueron ganando adeptos, llegando a todas las clases, políticas, sociales, etc.

En el año 1943 luego de un golpe de estado Perón asume el poder, trayendo consigo una lista muy larga de reformas. Esto trajo grandes cambios en la política comercial argentina, ya que Perón políticamente predicaba un modelo no alineado ni con comunistas ni con Estados Unidos y Gran Bretaña.

Argentina emprendió entonces un nuevo camino en el que se promovió una sociedad en la que tuviera a la industria como su principal herramienta de crecimiento y producción.

En este período la apertura de Argentina al mundo decae brevemente debido a grandes crisis de balanza de pagos como la de 1959 a 1962.

Posteriormente Illia accede al gobierno intentando dar un cambio y dejando de lado el modelo industrial. Se quitan incentivos a la producción local de manufacturas y se mejora sensiblemente la balanza de pagos y el nivel de exportaciones. Sin embargo las permanentes crisis políticas terminaron con este proceso en 1966.

A partir de 1966 y hasta terminada la dictadura argentina en 1983, el país inicia un camino en el que las exportaciones industriales toman una senda de crecimiento permanente gracias a inversión extranjera y fundamentalmente al apoyo del estado.

¹⁴ Rapaport, Mario; Etapas y crisis en la historia económica argentina: 1880-2005; Santiago de Chile; Oikos 2006

La economía chilena también sufrió transformaciones muy importantes al comenzar la década del veinte. La industria vivió un auge muy importante tanto en la producción de acero, como en el surgimiento de una cadena agroindustrial alimenticia. Entre los numerosos cambios experimentados en materia económica se destacó la creación del banco central chileno en 1920.

Chile sin embargo sufrió muy duramente la crisis mundial del año veintinueve, en gran parte por la baja tanto de precios como de cantidades demandadas de metales. En forma adicional el salitre el cual era uno de los principales productos fue sustituido en Europa por un producto artificial de menor valor.

Entre las consecuencias más graves vividas encontramos los grandes problemas financieros causados por las subas en las tasas de interés y la exigencia de la deuda externa en posesión de inversionistas extranjeros.

A partir de 1930 el gobierno chileno decidió restringir fuertemente el gasto público y se tomaron medidas arancelarias y cambiarias tendientes a facilitar las exportaciones.

A diferencia del antiguo modelo exportador, se destacaron las manufacturas como hilados, metales, etc.

Esta tendencia duró hasta fines de los años cincuenta donde por distintos tipos de presiones se cambia la política comercial y se adopta una postura mucho más proteccionista.¹⁵

Transcurrida una década de políticas proteccionistas, la economía chilena sufre una grave recesión, la cual deriva posteriormente en graves problemas sociales y políticos.

El cambio radical implementado en Chile en los cincuenta, como el notorio incremento del gasto público, el incremento en la protección industrial y el rezago del sector exportador, sumado a cambios en la demanda internacional causó un deterioro muy marcado.

El período de crisis perduró y desembocó en una dictadura que finalmente optó por abrir nuevamente la economía. Las exportaciones en Chile desde 1973 han crecido notablemente, se firmaron acuerdos comerciales con numerosos países y la economía en general tuvo un período de crecimiento.

Paraguay a comienzos de siglo XX tuvo una fase de recuperación nacional, de la mano de gobiernos liberales se realizó un proceso de ventas de tierras públicas que en el siglo anterior abarcaban más del noventa por ciento del total de las tierras paraguayas.

¹⁵ Universidad de Chile; <http://www.plataforma.uchile.cl>; última consulta 29/6/2008

Este nuevo sistema significó un aumento de la producción, que trajo un incremento notable en las exportaciones a Europa. Se realizaron grandes inversiones extranjeras, donde se crearon los primeros frigoríficos en Paraguay.

Sin embargo este gran cambio produjo enormes conflictos sociales, los cuales trajeron como consecuencia el cambio de más de quince presidentes en los primeros veinte años del siglo.

En el treinta, Paraguay vivió una nueva guerra con Bolivia, esta vez resultó exitoso en el plano militar pero con un costo humano y económico gigantesco. Esta guerra tuvo una consecuencia más, una alianza con Argentina y en especial con el gobierno de Perón el cual posteriormente se convirtió en el principal socio comercial y destino principal de las exportaciones.

Luego de la guerra del chaco, el héroe de guerra Estigarribia, fue elegido presidente. En su mandato, se reabrió la universidad en Paraguay. En materia económica se aumentaron las reservas internacionales de moneda extranjera fortaleciendo la moneda local y se bajó drásticamente el gasto público.

En 1940 Estigarribia fallece, quedando Morínigo como sucesor con idénticos poderes casi dictatoriales. Promueve fuertemente la producción de granos, carne y cuero logrando un fuerte incremento exportador, el cual tuvo garantizada su salida del país por el incremento en la demanda internacional en el período de la Segunda Guerra Mundial.

Morínigo recibió ayuda de Estados Unidos, aceptando enormes flujos de capital en forma de préstamos, los cuales tenían su fundamento en el apoyo de Paraguay en contra de Alemania en la segunda guerra mundial.

Posteriormente a la segunda guerra mundial Paraguay nunca más hasta la década del noventa volvió a tener un período de auge económico. Las condiciones productivas en Paraguay nunca evolucionaron y los gobiernos autoritarios o dictatoriales no fueron capaces de cambiar el atraso técnico de Paraguay en lo referido a la producción.

1.4. Antecedentes del MERCOSUR

Luego de los primeros acuerdos bilaterales firmados en los ochenta, surgen otros a nivel regional. A partir de este proceso se firma un tratado que transformó la Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI); buscándose instrumentos más eficientes en la integración regional que lograra una mejor operativa que la ALALC. La finalidad de este tratado era establecer diferentes instrumentos para promocionar las exportaciones.

En 1985 Argentina y Brasil firmaron el Acta de Iguazú en la que se preparó el Programa de Integración y Cooperación Económica Brasil-Argentina, teniendo como objetivo la armonización de las políticas aduaneras, tanto a nivel de comercio interno como externo. A su vez se propusieron cambios en las políticas monetaria, fiscal, cambiaria y de capitales; estaba previsto que estos cambios se dieran en forma gradual.

En abril de 1988 se redactó el Acta de Alborada en Brasil, denominada Decisión Tripartita N° 1, siendo éste el documento inicial de la integración tripartita, dado que el mismo preveía la incorporación de Uruguay a los convenios antes firmados por Argentina y Brasil. En noviembre de ese mismo año se firmó un Tratado de Integración, Cooperación y Desarrollo, entre Brasil y Argentina, en el cual Uruguay no participó. En éste se busca eliminar todas las barreras y permitir las condiciones necesarias para la creación de un Mercado Común Bilateral.

En 1990 se incorporan formalmente Uruguay y Paraguay al tratado, llegando a formar parte meses después del tratado marco para la constitución del Mercado Común del Sur. En marzo del año siguiente, se estableció la manera de proceder en la transición y definieron los órganos supremos.

Los objetivos que se plantearon inicialmente en este tratado fueron:

- Libre circulación de bienes, servicios y factores productivos entre los países.
- Establecimiento de un arancel externo común (AEC) y la adopción de una política comercial común.
- La coordinación de políticas macroeconómicas y sectoriales entre los estados partícipes.
- El compromiso de los estados partícipes de armonizar sus legislaciones en áreas pertinentes para lograr el fortalecimiento del proceso de integración.

El mismo entró en vigencia en enero de 1995, permitiéndose hasta esa fecha la vigencia de los restantes tratados bilaterales.

2. *Marco teórico y definiciones*

En el presente capítulo realizaremos una breve descripción de los principales temas que analizaremos en el resto de nuestro trabajo.

Estas definiciones abarcarán un área muy amplia ya que las exportaciones son estudiadas, reguladas y fomentadas desde visiones y ramas del saber muy diversas.

Básicamente definiremos políticas y mecanismos dedicados a promocionar las exportaciones; estos son:

- Políticas económicas
- Mecanismos jurídicos aduaneros
- Instituciones especializadas y agencias de promoción.
- Financiamiento a las exportaciones

Comenzaremos por definir las distintas medidas de política económica que un gobierno puede tomar para incrementar su nivel de exportaciones.

Dentro de las **políticas económicas** utilizadas con este fin se encuentran:

- Política Fiscal
- Política Monetaria
- Política Cambiaria
- Política Tributaria

Existen además en cada país, **instrumentos legales y mecanismos aduaneros** creados para facilitar la tarea del exportador y brindarles ventaja competitiva respecto a productores del exterior. Estos instrumentos varían de país en país pero en todos los casos existen leyes que crean formas de facilitar materiales, logística y distintos insumos a los exportadores a precios reducidos.

También son utilizados para promover las exportaciones, **mecanismos de financiación preferenciales**, que consisten en brindar prestamos con tasas mejores a las del mercado. Como por ejemplo lo que sucede en Uruguay el financiamiento a las exportaciones regulado por el Banco Central. Donde a través de un banco comercial de plaza se otorga financiamiento a exportadores que cumplan con ciertas características.

En los últimos años además han surgido en los países analizados **institutos específicos** que tienen la misión de apoyar emprendimientos exportadores, estos son los casos de Export.Ar, Apex Brasil, Pro Chile, REDIEX Paraguay y Uruguay XXI. Estas instituciones tienen en cada país distintos marcos institucionales, distintos enfoques y también distintas metas en cuanto a los productos a fomentar y los mercados a conquistar, pero todos

coinciden en el objetivo de ser un puntal en la promoción a las exportaciones en cada uno de sus países.

2.1. Definiciones relevantes de política económica

2.1.1. Política fiscal

Según Paúl Krugman¹⁶ los gobiernos disponen de una forma de controlar la demanda agregada mediante el gasto público. Esta política puede ser expansiva o contractiva.

Una política fiscal expansiva consiste en ampliar la cantidad de bienes y servicios adquiridos por el estado produciendo así un incremento en la demanda agregada. Otra forma de generar una política fiscal expansiva es a través de recortes impositivos. La finalidad de la aplicación de una política fiscal expansiva es detener procesos recesivos que se presenten en una economía.

Una política fiscal contractiva consiste en reducir la cantidad de bienes y servicios adquiridos por el estado produciendo así un decremento en la demanda agregada de la economía estudiada. Otra forma de generar una política fiscal contractiva es mediante el incremento de impuestos. Una de las posibles finalidades de una política fiscal contractiva es reducir procesos inflacionarios que afecten una economía.

2.1.2. Política monetaria

Según Paúl Krugman, una política monetaria se puede aplicar en dos sentidos, es decir en forma expansiva o de forma restrictiva. La forma expansiva procura aumentar la demanda agregada, en cambio la contractiva disminuir la demanda agregada.

La finalidad, es similar a la de las políticas fiscales. Cuando se aplican en forma expansiva buscan recomponer la economía en caso de que ésta presente falta de dinamismo, bajo nivel de empleo, etc. Las políticas contractivas se aplican en cambio cuando existen problemas inflacionarios u otros tipos de desequilibrios en la economía generados por excesos en la demanda agregada de dinero.

¹⁶ Krugman, Paul; Wells, Robin; Macroeconomics; Worth Publishers; primer edición; 2004

En este gráfico 1 podemos observar como en una economía en la que la tasa de interés r_1 se ubicaba en niveles que no permitían un óptimo nivel de inversión, se aplicó una política monetaria expansiva que cambió la oferta de dinero de **OM0** a **OM1**, lo que movió la demanda de dinero a un nivel superior dentro de la curva **DM**. Generando así mayor inversión, mayor producto y mayor nivel de empleo.

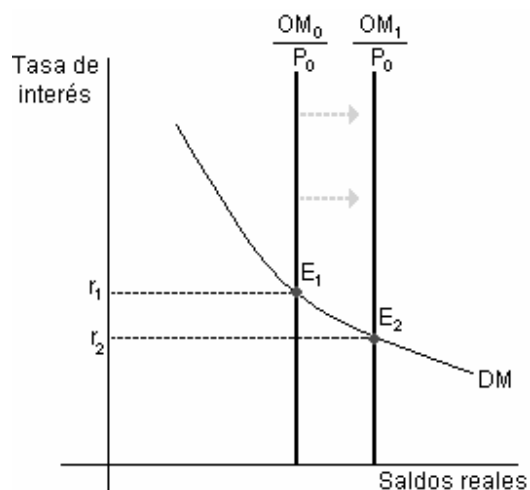


Gráfico 1 - Política Monetaria Expansiva

En este gráfico 2 podemos observar como en una economía en la que a tasa de interés r_0 que se ubicaba en niveles extremadamente bajos, se aplicó una política monetaria contractiva, la cual generó una disminución de la oferta de dinero de **OM0** a **OM1**, esto causó que la demanda de dinero se trasladara a un nivel inferior. Generando así que eventuales procesos inflacionarios se detengan.

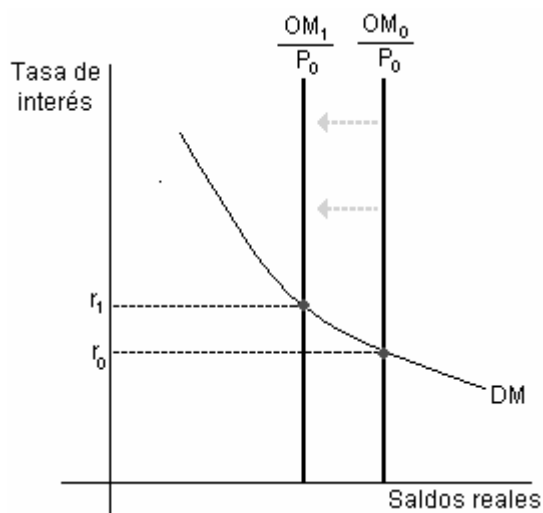


Gráfico 2 - Política Monetaria Contractiva

Para provocar los efectos explicados anteriormente, las autoridades de los bancos centrales de cada país cuentan con tres posibles herramientas de política fiscal a su disposición.

Estas herramientas son:

Operaciones de mercado abierto: consiste en la intervención del banco central de un país emitiendo bonos, letras u otro tipo de instrumento, el cual es vendido luego a los bancos comerciales que operan en plaza. El sentido de emitir títulos es retirar dinero de circulación y por tanto reducir así las posibilidades de consumo de la economía. El banco central puede operar en sentido inverso y comprar los títulos antes emitidos, inyectando así dinero que provocará mayor liquidez en la economía.

Variaciones en el encaje bancario: el encaje bancario es el porcentaje de los depósitos que los bancos comerciales se ven obligados a mantener en forma líquida. El banco central determina un encaje mínimo, el cual tiene un componente denominado encaje técnico que se debe a que los depositantes deben tener disponibilidad de dinero en la caja del banco en el caso de querer cobrar su dinero.

Otro componente del encaje es justamente de política monetaria ya que al ampliar este encaje la cantidad de dinero que existe en la economía disminuye. Si bien los bancos pueden optar por mantener por decisión propia un encaje mayor por causas inherentes a su actividad, esto es raro ya que la rentabilidad del banco generalmente esta ligada a su apalancamiento de dinero, es decir que prestan dinero en función del que se recibe por depósitos.

Variaciones en la tasa de interés: el banco central de cada país diariamente opera con los bancos comerciales. Generalmente cuando estos presentan problemas de liquidez, causando en algunos casos que no puedan cumplir transitoriamente con su encaje, piden préstamos al banco central. Por lo tanto al disminuir dicha tasa se podrá incrementar la capacidad de los bancos de otorgar préstamos, incrementando así el dinamismo en la economía por la vía un probable aumento en la inversión.

Por otro lado, si la autoridad monetaria decide incrementar la tasa de interés la cantidad de préstamos disminuirá y por lo tanto el efecto negativo en la inversión tendrá sin dudas consecuencias en la demanda agregada.

2.1.3. *Política cambiaria*

Las autoridades de cada país disponen básicamente de tres alternativas a la hora de fijar el tipo de cambio de una economía.

Se puede optar por un tipo de cambio fijo, en el cual el estado determina cual será la cotización de las divisas en el mercado cambiario. Una segunda opción es dejar flotar libremente a las divisas según lo determine el mercado. La opción restante sería fijar una banda de flotación dentro de la cual se deje libre la cotización, pero donde el estado intervendría en el mercado al pasar por debajo o por sobre esas bandas.

En un país que aplica un tipo de cambio fijo, el tipo de cambio es establecido administrativamente y se determina por la cantidad de reservas de moneda extranjera que disponga el banco central de dicho país.

Por lo tanto ante compras o ventas de moneda efectuadas por el banco central variará la cantidad de reservas, las cuales eventualmente pueden llegar a resultar insuficientes, pero el tipo de cambio hasta ese momento deberá permanecer fijo.

Como consecuencia de esta elección a la hora de fijar el tipo de cambio, la posibilidad de realizar políticas monetarias se ve impedida, ya que al expandir la oferta monetaria se estaría cambiando la cotización del tipo de cambio impidiendo la paridad fijada arbitrariamente.

Las políticas fiscales en cambio se ven favorecidas por la elección de un tipo de cambio fijo. Esto es debido a que generalmente una política fiscal expansiva genera incrementos en la demanda de dinero que ocasionan alzas en las tasas de interés, estas subas en las tasas provocan luego incrementos en el tipo de cambio que después son reducidas a los valores determinados por la autoridad monetaria mediante la compra de moneda extranjera.

Cuando se opta por un tipo de cambio flotante, éste se determina en los mercados de divisas, donde los principales agentes (bancos, instituciones financieras, etc.) compran y venden divisas. Estas transacciones se hacen efectivas tanto al contado como a plazo. En los casos que son al contado puede llegar a tomar hasta 48 horas hacer efectivo el pago. Cuando las operaciones se pactan a plazo, estas pueden variar en la cantidad de días (30, 60, 90, etc.).

El principio básico que rige para determinar el tipo de cambio de una moneda cuando se opta por una forma variable, es que su valor actual es dependiente del que se espera del mismo a futuro. Entonces si una moneda no genera expectativas suficientes, los mismos agentes de la economía regularán el mercado según sus preferencias.

La rentabilidad de los depósitos que son intercambiados en los mercados varían según el tipo de cambio esperado a futuro, es decir los agentes tendrán preferencia o no por una moneda dependiendo de las expectativas que tengan de que una determinada divisa, obtenga cierto rendimiento que compense el riesgo asumido por invertir en ella.

Para que este mercado opere en equilibrio debe existir paridad en los retornos ofrecidos por las distintas monedas, ya que en caso contrario existirían oportunidades de ganancias extra normales que harían fluir capitales en esa dirección hasta hacer bajar esa tasa de ganancia a niveles de equilibrio.

Cuando el estado opta por la flotación intervenida, la autoridad monetaria intentará expandir su oferta monetaria con la intención de incrementar el nivel de actividad, pero a la vez se procederá a la venta de divisa para mantener el valor de la moneda en ciertos valores prefijados. A pesar de la amplia utilización de este mecanismo no existe un gran consenso entre los economistas en cuanto a los efectos que provoca.

2.1.4. Política tributaria

La política tributaria persigue dos metas: Eficiencia fiscal y Justicia fiscal.

La eficiencia fiscal es el intento de minimizar los costos directos e indirectos dentro de la economía a la causa de la recolección de impuestos. A su vez, la justicia fiscal intenta encontrar aquellos individuos que poseen la capacidad de soportar la carga impositiva.

En el gráfico 3 se puede observar que el punto E es el punto de equilibrio de la economía, cuando no existen impuestos; donde a un valor determinado P_E le corresponde una cantidad Q_E .

Cuando se aplica un impuesto, los productores recibirán decremento en el precio P_P y los consumidores un incremento en el precio P_C . Este incremento en el precio P_C hará que la cantidad baje de Q_E a Q_T . Por otra parte la diferencia entre P_C y P_P es el monto de recaudación del impuesto.

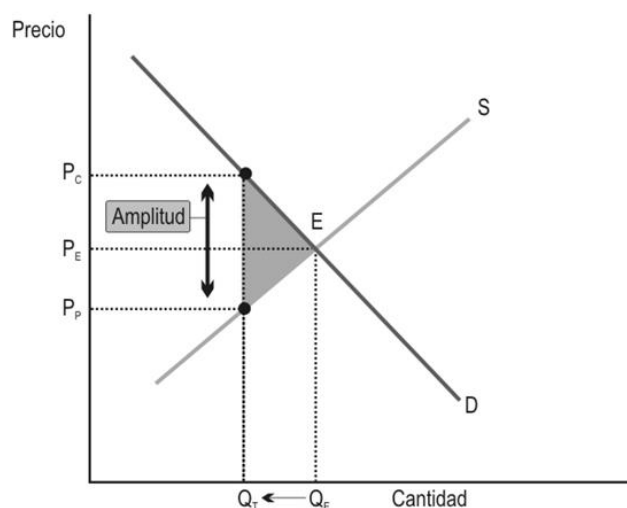


Gráfico 3 - Política Tributaria

Determinación del impuesto

Según Paul Krugman, un impuesto se compone de dos elementos: base imponible y alícuota del impuesto.

La base imponible es el monto que configura el hecho generador del impuesto y sobre el cual se calcula el mismo. Para determinar la cuantía del impuesto se aplica a la base imponible un determinado porcentaje, que se denomina alícuota.

Clasificación de los impuestos

Paul Krugman clasifica a los impuestos de la siguiente manera:

Impuesto a los ingresos: son aquellos que se aplican a los ingresos de los individuos, ya sea los que provengan de sueldos o de incrementos de capital.

Impuesto sobre las ventas: son los que dependen del valor de los bienes vendidos.

Impuesto a las ganancias: surgen de la rentabilidad de una empresa.

Impuesto al patrimonio: dependen del valor de los bienes de un individuo, familia o empresa.

A su vez indica que los mismos pueden ser clasificados en proporcionales y progresivos, directos e indirectos.

Los impuestos proporcionales son los que mantienen una relación constante entre la cuantía del impuesto y el valor de la riqueza gravada, la alícuota es única y no varía con el monto gravado.

En los impuestos progresivos la relación entre la cuantía del impuesto y la riqueza gravada es variable. A mayor riqueza, mayor alícuota.

Impuestos directos son aquellos que reflejan directamente la capacidad contributiva de los sujetos, de esta forma los mismos ven reducida su riqueza o ingreso debido a que soportan la carga económica del tributo.

En cambio los indirectos no aprecian la capacidad contributiva de los individuos ya que los mismos son trasladados a terceros.

2.2. *¿Como afecta la política económica de un país a sus exportaciones?*

Lo mencionado en las páginas anteriores tiene consecuencias muy trascendentes para el comercio exterior, ya que para un exportador, en un contexto devaluatorio los costos de producción disminuyen y su competitividad con el exterior aumenta, volviéndose sus precios más tentadores.

Según Ricardo Torres Gaitán ¹⁷ más allá de cómo pueda llegar a variar el tipo de cambio en un determinado país, para que el mismo tenga influencia en el volumen exportador del país, se debe dar además que el eventual incremento en los costos internos no afecte al exportador y que el margen de ganancias de este permanezca a niveles aceptables para el mismo.

Según este autor aquí es uno de los lugares donde la política cambiaria se conecta con la monetaria y la fiscal.

Hay que recordar que generalmente en forma posterior a una devaluación, los costos internos de una economía aumentan y se vive luego un proceso inflacionario, el cual vuelve atrás la ganancia en competitividad “generada” con el proceso devaluatorio. Por lo que los esfuerzos a realizar en la coordinación de la política económica es crucial a fin de lograr ventajas competitivas lo más duraderas posibles en el tiempo.

Un ejemplo de lo mencionado lo proporciona Ernesto Gaba¹⁸, quien analizó el caso argentino y concluyó que los efectos de las medidas de política fiscal expansiva tendiente a aumentar el producto y la política cambiaria tendiente a lograr estabilización en la brecha inflacionaria, están causando efectos claros en la tasa de interés y por lo tanto en la política monetaria. Como se expresa en el trabajo los efectos de las recientes políticas fiscales expansivas y una tendencia al alza en el tipo de cambio real ayudadas por la baja de la tasa de interés, generó un claro aumento de las exportaciones en el mercado argentino.

En este capítulo también se analizó la política tributaria, este tipo de políticas según diversos autores es decisivo a la hora de promocionar exportaciones.

Un ejemplo de esto es lo expresado por Glenn P. Jenkins y Chun Yon Kuo¹⁹, quienes afirman que muchos países subdesarrollados han utilizado

¹⁷ Torres Gaitán, Ricardo; Teoría del comercio internacional; Siglo XXI; México; 1985

¹⁸ Gaba, Ernesto; Consistencia de la política monetaria cambiaria y fiscal; Servicios de estudios económicos del BBVA; 2006

¹⁹ Glenn P. Jenkins y Chun Yon Kuo Information, Corruption, and Measures for the promotion of manufactured Exports; <http://siteresources.worldbank.org/INTTPA/Resources/infocorexports.pdf>; última consulta 15/03/09

políticas específicas tendientes a aliviar la carga tributaria de las exportaciones para reducir sus costos, y así generar una ventaja respecto a competidores de otros países.

En este trabajo se explica que en la gran mayoría de los países estudiados se utilizan mecanismos de devolución de impuestos directos e indirectos. Más adelante detallaremos como estos mecanismos están presentes de una forma u otra en todos los países estudiados.

2.3. Definiciones relevantes de mecanismos aduaneros, regímenes especiales e instrumentos jurídicos.

Todos los países del MERCOSUR, excepto Paraguay, tienen una larga tradición de crear y mantener una variada gama de herramientas afines a la promoción de exportaciones.

Éstas, dependiendo de las realidades concretas de cada país, pueden encontrar formas muy diversas, ya que las asimetrías existentes en los países son notorias.

El tamaño de alguno de los países genera universos de herramientas más amplios y complejos. En Brasil y Argentina existen instrumentos nacionales para la promoción así como también regionales (federales o estatales según el caso) los cuales en algunos casos pueden llegar a superponerse e incluso llegar a contradecir pautas nacionales.

Las áreas beneficiadas variaron continuamente incluso sin llegar a verse una definición clara respecto a si se debían hacer políticas horizontales o verticales.

Algo que sí se puede ver en común, más allá de ciertos instrumentos utilizados en todos los países estudiados, es que hasta entrada la década de los ochenta los países del cono sur no tenían marcada una pauta clara de a donde debían conducirlos sus políticas y mecanismos de promoción.²⁰

Resulta entonces obvio, que lograr a nivel regional una coordinación en cuanto a instrumentos de promoción sería una tarea difícil, la cual según muchos autores no se logró hasta el día de hoy.

²⁰ Durán Lima, José; Masi Fernando; Diagnóstico de las asimetrías en los procesos de integración en América del sur; Documento de proyecto, CEPAL; Impreso en Naciones Unidas; Santiago de Chile; 2007

A continuación exponemos definiciones relativas a algunos instrumentos comunes a todos los países. Si bien como se mencionó antes en este aspecto existen varias diferencias en cada país, los mecanismos que se definirán aquí son comunes a todos los casos y de relevante importancia relativa en cada país objeto de estudio.

Se tomó como definición genérica en esta primera parte de nuestro trabajo, a las definiciones publicadas por ALADI en su página web²¹ al considerarse a este, como un organismo idóneo en el tema, capaz de brindar definiciones adecuadas a este capítulo.

2.3.1. Admisión temporaria

“Régimen aduanero que permite recibir en un territorio aduanero, con suspensión de derechos y tasas a la importación, ciertas mercancías con un fin específico y destinadas a ser reexportadas en un plazo determinado, ya sea sin haber sufrido transformaciones o habiendo sido sometidas a un proceso de elaboración, manufactura o reparación”.

2.3.1.1. Admisión temporaria para perfeccionamiento activo

“Régimen aduanero que permite el ingreso al territorio aduanero, con suspensión del pago de gravámenes de importación y de la aplicación de restricciones de carácter económico, de mercaderías, para operaciones de perfeccionamiento y posterior reexportación bajo la forma de productos resultantes”.

2.3.1.2. Admisión temporaria para transformación

“Régimen aduanero que tiene por objeto admitir en un territorio aduanero la importación de mercancías destinadas a la elaboración de artículos terminados, las que quedarán libres del pago de derechos arancelarios, siempre que dichos artículos se destinen a la exportación en el plazo que la ley o la autoridad haya establecido”.

A continuación, brindaremos una explicación de las ventajas que pueden tener en el sector exportador leyes de promoción del tipo de admisión temporaria. Tal como se puede ver en nuestro país, Pablo Giordano y Fernando Quevedo comentan *“La Admisión Temporaria no solo ha sido un factor determinante del desarrollo exportador de varias industrias de*

²¹ Aladi; <http://www.aladi.org>; última consulta 30/03/2009

sustitutivas de importación, sino que también ha permitido aumentar la competitividad de actividades típicamente exportadoras”. A su vez afirman que “Dado el tamaño del país y la imposibilidad de construir cadenas de producción integradas en la mayoría de los rubros, este régimen tiene una relevancia fundamental, pues permite acceder a insumos no producidos en el país a precios internacionales.”

2.3.2. Depósito aduanero

“Locales y recintos pertenecientes a la Aduana o autorizados por ésta, donde las mercancías pueden ser almacenadas bajo control de la Aduana, sin pago previo de los derechos e impuestos correspondientes.

2.3.2.1. Depósito aduanero comercial

Mientras permanezcan depositadas las mercancías en estos locales y recintos, la Aduana sólo puede autorizar manipulaciones tales como reconocimiento, re acondicionamiento, re envase, extracción o toma de muestras”.

2.3.2.2. Depósito aduanero industrial

“Régimen aduanero que permite introducir en un recinto bajo control de la aduana, con suspensión del pago de los gravámenes a la importación, ciertas mercaderías destinadas a ser reexportadas dentro de un plazo establecido, después de haber sufrido una transformación, elaboración o reparación determinada”.

2.3.2.3. Depósito aduanero franco

“Local o recinto unitario, perfectamente deslindado (próximo a un puerto o aeropuerto) amparado por presunción de extraterritorialidad aduanera, en el cual las mercancías extranjeras podrán ser sometidas a diversas operaciones”.

Los depósitos francos para la mayoría de los países estudiados son regulados por las leyes de Zona Francas vigentes, quedando en casos como el paraguay gran parte de la reglamentación remitida a la ley de Zonas Francas vigentes.²²

²² Ricardo Xavier Basaldua; Áreas francas: concepto y utilidad problemática de su compatibilidad con el MERCOSUR; Instituto argentino de estudios aduaneros; Revista N° 6; 1994

2.3.3. Draw Back

“Régimen aduanero que permite con motivo de la exportación de las mercaderías, obtener la restitución total o parcial de los gravámenes a la importación que se haya pago, sea por esas mercaderías, sea por los productos contenidos en las mercaderías exportadas o consumidas durante su producción”.

Según Roberto Falcón *“El beneficio del Draw Back es uno de los denominados beneficios financieros aplicables algunos productos. El mismo puede verse mediante tres modalidades: restitución, exención y suspensión.”* En conclusión ofrece un claro beneficio económico y/o financiero ya que puede restituir, suspender y hasta exonerar impuestos aplicables a insumos importados utilizados en mercaderías destinadas a exportación.

2.3.4. Devolución de tributos pagados

“Régimen que permite que los productos que se exportan queden exentos de los impuestos, contribuciones, gravámenes o derechos que inciden en sus costos y precios”.

2.3.5. Zona franca

“Régimen aduanero que permite recibir mercaderías en un espacio delimitado de un Estado, sin el pago de gravámenes a la importación por considerarse que no se encuentran en el territorio aduanero y donde no están sujetas al control habitual de la aduana. La naturaleza de las operaciones a que pueden someterse las mercaderías en el interior de una zona franca determina que puede ser calificada como zona franca comercial o industrial”.

Según Ricardo Xavier Basaldua ⁷ *“Si bien originariamente dichas zonas francas tenían sólo un carácter comercial...mediante las modificaciones introducidas podrá ser objeto de actividades de producción con destino exclusivo a terceros países, tales como transformación, elaboración, combinación, mezcla o cualquier otro perfeccionamiento o beneficio.”* Esta definición si bien corresponde a Argentina es similar a la mayoría de los países analizados, salvo el caso brasileño donde dicho autor expresa que la zona franca de Manaus creada en 1967 en el interior de Amazonas con el objeto de desarrollar un centro industrial, comercial y agropecuario, todavía posee un perfil que se corresponde a un centro de armado o montaje dirigido al mercado interno.

2.3.6. Salida Temporal

“Régimen aduanero destinado a facilitar la re-importación total o parcial libre de derechos e impuestos a la importación de mercancías a ser exportadas, con suspensión, si fuere el caso, de los derechos e impuestos a la exportación. Se puede exigir que las mercancías sean exportadas con un fin determinado y reimportadas dentro de un plazo establecido”.

2.4 Instituciones que financian exportaciones

Existen principalmente dos mecanismos para promocionar las exportaciones a través del financiamiento.

Primero encontramos a las ECA (Agencias de Crédito a las exportaciones, por su sigla en inglés), que son agencias que financian la compra por parte del importador otorgando mejores condiciones a las que tendría en el mercado.

Las ECA pueden ser instituciones gubernamentales o empresas privadas operando por parte del Estado. La ventaja que promueven estas instituciones es otorgar amplio financiamiento donde en muchos casos se debería utilizar pago contado u otras formas menos beneficiosas. Muchos países promueven las exportaciones a través de este mecanismo, dado que de esta forma se logra mayor facilidad en la colocación de su producción en el exterior.²³

Otra forma de brindar financiamiento a las exportaciones, es a través de préstamos a los exportadores. Mediante estos, no solo se permite lograr plazos mayores de financiación y mejores tasas de interés, sino que también puede utilizarse en el período de producción o una vez comercializado el producto, lo cual es muy beneficioso para el exportador.

Crédito a la exportación: término que abarca diferentes servicios de financiación de exportaciones que garantizan la disponibilidad del crédito al exportador a un tipo de interés aceptable. Los créditos a la exportación están destinados a cubrir los requisitos del exportador de crédito previo y posterior al embarque y comprende el reembolso de los créditos al proveedor y al comprador.

En ambas formas de financiamiento existen entidades públicas y privadas que destinan fondos a la financiación de exportaciones. En el capítulo 3 analizaremos en detalle la realidad de cada país con los distintos modelos

²³ Glosario de términos; <http://www.sice.oas.org>; sistema de información de comercio exterior de la OEA; última consulta 23/03/2009

adoptados, destacando las ventajas o carencias que presente cada uno de ellos.

2.5 Instituciones especializadas en promoción a las exportaciones

Un elemento que sumó importancia en los últimos años tanto en la región como en el mundo en cuanto a la promoción a las exportaciones, es el apoyo brindado por institutos ya sea públicos, públicos apoyados por privados o incluso agrupaciones de instituciones privadas que brindan ayuda a los exportadores en sus primeros pasos.

Estos institutos tienen distintos enfoques dependiendo de factores tales como políticas propias del país, realidades económicas, costumbres, etc.

Según la publicación “export promotion agencies: what works and what does not work”²⁴, la cantidad de agencias de este tipo se triplicó en los últimos veinte años. Señala además que entre las principales dificultades que sufren estas instituciones se encuentran:

- Falta de coordinación con otras instituciones locales con fines similares
- Falta de coordinación con políticas de estado (incluso sufrir políticas anti- exportadoras en el propio país)
- Falta de financiamiento adecuado
- Falta de liderazgos adecuados

Pese a los problemas que se destacan, desde 1919 en Finlandia los programas de promoción a las exportaciones han ayudado en los siguientes aspectos:

- Crear una imagen de país, en cuanto a la producción de uno o varios productos o servicios
- Ayudar en la capacitación de los exportadores
- Dar asistencia técnica
- Ayudar en la creación de nuevas capacidades al país
- Mejorar en aspectos de logística, packing, comercio exterior, etc.
- Realizar estudios de mercado

²⁴ Export promotion agencies: what works and what does not work”; http://econ.worldbank.org/external/default/main?pagePK=64165259&theSitePK=469382&piPK=64165421&menuPK=64166093&entityID=000016406_20070323095724; última consulta 23/03/09

En cuanto a la variedad de instituciones, el documento explica que en el mundo aproximadamente el ochenta por ciento de estas instituciones son enteramente públicas, un diez por ciento enteramente privadas y el resto pertenecen tanto a organismos internacionales o a asociaciones de públicos y privados.

Para los países de Latinoamérica y los del cono sur en especial, los programas de incentivo a las exportaciones tienen un historial mucho más corto.

Incluso se puede ver como algunas de las generalidades globales no se dan totalmente en estos países.

A su vez, se pueden encontrar ciertas similitudes entre lo expresado en el trabajo del banco mundial y la realidad de la región. Por ejemplo con los países pertenecientes a la ALADI (organismo al que pertenecen todos los países analizados). En noviembre de 2002 en Montevideo, se realizó el “II Seminario taller de responsables de promoción a las exportaciones de países de la ALADI”.

De las distintas ponencias de los países que se presentaron, se pueden extraer los siguientes elementos perseguidos por el común de los participantes.

- Desarrollo de nuevos productos y servicios
- Asesoría y orientación a las empresas exportadoras en la colocación de sus productos y servicios en nuevos mercados
- Solución de los obstáculos a la exportación
- Investigación de mercados
- Apoyo a empresarios nacionales en sus misiones comerciales.

3. Análisis comparativo por país de las principales formas de promoción a las exportaciones

Introducción

Tal como se vio en el primer capítulo, durante la mayor parte del siglo XX el énfasis de los gobiernos locales no estuvo en el sector exportador sino en la sustitución de importaciones. Luego se vivió un proceso de cambio donde tendencias más liberales respecto al comercio exterior comenzaron a regir en los países analizados y se sucedieron varias reformas.

Este proceso ha sufrido numerosas marchas y contramarchas en la región, lo que será revisado en este capítulo para evidenciar los efectos sobre diversas áreas del comercio exterior, en particular en lo relativo a las exportaciones.

En ocasiones, alguno de los países optó por estrategias de apertura unilateral en dirección a todo el mundo. Luego estas tendencias, no en todos los casos, se sustituyeron por aperturas solamente en el plano regional y negociaciones en bloque con países de fuera de la región.

Se comenzará con un primer resumen que explica la situación de cada país respecto a su sector exportador en términos generales.

Luego se analizarán las distintas áreas definidas en el capítulo anterior, enfocadas desde el punto de vista de cada uno de los países en estudio. Este enfoque se basará fundamentalmente en bibliografía que a nuestro criterio es relevante.

Dentro de la misma nos ha resultado de gran importancia los Exámenes de políticas comerciales presentados ante la Organización Mundial de Comercio (OMC), ya que en estos se puede apreciar una declaración de cada país respecto a como entiende el mismo que fue su proceder en materia comercial en un determinado período.

Finalmente se expresarán en forma esquemática las similitudes y diferencias más importantes entre los países. Las cuales estarán estrechamente vinculadas con los aspectos a analizar en nuestro trabajo de campo y las posteriores conclusiones que se podrán luego desprender de él en el quinto y último capítulo.

3.1. Resumen país por país en general del sector exportador

3.1.1. Argentina

Durante muchos años, Argentina utilizó como instrumentos los incentivos fiscales; mediante los cuales se procuraba lograr la instalación y el crecimiento de cierto tipo de actividades.

En la década del ochenta se implementó un enfoque horizontal con la finalidad de comprender la tendencia anti-exportadora que tenía el país.

Se definieron como objetivos la modernización de productos y procesos y el fortalecimiento de capacidades competitivas de las empresas. Para cumplir estos objetivos se generaron instrumentos para promover las competencias tecnológicas y la gestión de las empresas.

A mediados de los noventa se desarrollaron instrumentos cuya finalidad era compensar el atraso cambiario que acompañó al plan de convertibilidad (“devaluaciones fiscales”).²⁵

Posteriormente, en la etapa de crisis debido al colapso del tipo de cambio fijo, se diseñaron otros instrumentos que pretendieron apuntalar el desempeño productivo del país, dada la situación de emergencia en la que se encontraba.

Actualmente los instrumentos que se encuentran vigentes son un vivo reflejo de la evolución que éstos han tenido a lo largo del tiempo. Podemos destacar que la mayoría de ellos se crearon en la última etapa, sin embargo todavía existen algunos instrumentos de patrones previos.

En resumen, la volatilidad económica, atribuida en gran parte a la inestabilidad política experimentada por este país, generó entre otras cosas que inicialmente en la década de los noventa se apuntara a una liberalización unilateral del comercio, lo que obligaría al país a generar una economía competitiva mundialmente.²⁶

Sin embargo, Argentina no fue consecuente con su estrategia en materia económica y tampoco lo fue en su posicionamiento comercial, ya que la

²⁵ Baruj Gustavo, Kosacoff Bernardo, Porta Fernando; Profundización del MERCOSUR el desafío de las disparidades Políticas Nacionales y la Profundización del MERCOSUR El Impacto de las Políticas de Competitividad; Río de Janeiro, 2005

²⁶ Diagnostico en los proceso de integración de América del sur; <http://www.mercosur.int>; última consulta 03/02/09

liberalización unilateral al poco tiempo fue sustituida por el MERCOSUR, lo que implicó liberar el comercio en forma regional.

3.1.2. Brasil

En las últimas décadas Brasil ha tenido dos grandes procesos de promoción del comercio exterior y las exportaciones, tal cual se indica en Domestic determinants of a National trade strategies. Gracias a esto las exportaciones brasileras han tenido un sustancial crecimiento.

Ello se debe fundamentalmente a la aplicación de desgravaciones impositivas aplicadas a la producción destinada a la exportación y a la disposición de fondos para financiar dichas exportaciones.

Esto último resulta de gran importancia para quienes exportan productos manufacturados y semi-manufacturados, dado que sin la actuación directa e indirecta de los bancos públicos federales en la oferta de créditos para la exportación, estas exportaciones, en algunos casos, se verían truncadas.

Tal como se menciona en Profundización del MERCOSUR y el desafío de las disparidades, la importancia de las medidas de apoyo financiero y reducciones impositivas radica en los altos costos que deben afrontar las empresas brasileras para operar en el país y las dificultades de acceso al crédito a nivel internacional vividas por las empresas del Brasil.

Pese a la notable efectividad de las políticas ejecutadas por Brasil, el Gobierno debió detener este proceso ya que el costo fiscal de estas medidas a fines de los años ochenta resultó insostenible.

Años más tarde se retomaría el camino mediante mecanismos como rebajas en impuestos a empresas exportadoras, mejoras en la legislación de draw back y mejor coordinación de políticas de promoción en general.

3.1.3. Chile

Este país se ha caracterizado por poseer regímenes de comercio e inversión abiertos. En los últimos quince años reformó y liberalizó estos regímenes mediante la reducción de aranceles y racionalización de procedimientos de aduanas.

De esta forma se tomó al igual que Argentina un camino de liberalización unilateral del comercio, la cual si bien tuvo fluctuaciones debido a turbulencias económicas, las mismas en Chile tuvieron una duración y profundidad mucho mayor que en Argentina.

Una de las políticas de Chile es la neutralidad intersectorial, con ella existen programas de ayuda a actividades específicas, se le concede trato nacional a la contratación pública y a los inversores extranjeros en casi todos los casos.

No se puede ignorar que la política comercial se vio acompañada de un conjunto de reformas que contribuyó significativamente al éxito obtenido en la apertura comercial.

Asimismo, es importante destacar que se introduce un innovador sistema de fomento a las exportaciones incluyendo el “draw back” y el reintegro simplificado de los aranceles de las exportaciones no tradicionales.

Dentro de dichas reformas, se destacan la fiscal y la cambiaria que facilitaron el ingreso de la inversión extranjera y generaron una mayor flexibilización para los negocios.²⁷

3.1.4. Paraguay

En principio, Paraguay no poseía políticas de promoción a las exportaciones. Ello se debía a que las ventas externas se basaban en productos con elevadas ventajas comparativas, como la soja y el algodón, que no requerían de apoyos públicos explícitos.

En este contexto, la política comercial buscó fomentar el desarrollo de sectores competitivos mediante una protección arancelaria baja y uniforme, coherente con otros instrumentos de la política económica y conforme a los compromisos contraídos en el ámbito internacional.

Esta política en el caso de Paraguay no dio resultados, ya que en la década de los setenta no había una clara decisión de terminar con antiguas estrategias de sustitución de importaciones.

Anteriormente a esa época se intentó generar un modelo donde la ventaja competitiva del país residiera en el comercio de re exportación más que en la producción local. Este y otros factores, como las trabas impuestas por sus vecinos, incidieron en que la informalidad y el contrabando fueran ganando cada vez más peso en la economía del Paraguay.

Cuando surge el MERCOSUR, se intenta aplicar una política comercial con la finalidad de asegurar e incrementar la participación del país en el comercio internacional y así lograr un mayor desarrollo económico y social.

²⁷ CEPAL; Uruguay y la Inserción Internacional; <http://www.eclac.org>; última consulta 02/03/09

El desafío de Paraguay desde hace varios años radica en lograr sustituir un viejo modelo enfocado en el comercio y la re exportación y pasar a un modelo enfocado en la producción local.

3.1.5. Uruguay

Desde hace décadas el país comenzó un gradual proceso de apertura comercial, el cual debido a las continuas inestabilidades económicas y shocks externos, ha tenido numerosas marchas y contramarchas.

También se registran importantes carencias en la evaluación ex post de los instrumentos de promoción de la competitividad. A modo de resumen y evaluación general de la política pública orientada a la promoción de la competitividad, es posible asegurar que la misma se caracteriza por la coexistencia de un conjunto de instrumentos, con escasa coordinación y poca orientación estratégica.

En particular, los años noventa se caracterizaron por el avance de la apertura comercial y la utilización de un programa de estabilización a través del uso del tipo de cambio y un aumento de la presión fiscal. Esta estrategia trajo como consecuencia un gran atraso en el tipo de cambio real que desestimuló las exportaciones.

En este contexto Uruguay enfrentó a lo largo de la década, desequilibrios moderados pero continuos de su balanza comercial. Es imprescindible recordar además que como estrategia, el sector exportador dirigió su atención a la región, ya que en ella se experimentaban condiciones similares en cuanto al tipo de cambio, por lo que se mantenía aún cierta competitividad.

Con la crisis que se vivió entre 1999 y 2002 se sufrieron pérdidas de competitividad cuantiosas, causadas por las abruptas devaluaciones de Argentina y Brasil.

A partir de 2002, con la fuerte variación del tipo de cambio real y otros factores que cambiaron en materia de precios internacionales, se fomentó un mayor dinamismo en las exportaciones.

La promoción comercial en Uruguay no solo se limita al manejo de algunas variables macroeconómicas, si no que además existen otros elementos como las negociaciones comerciales, el uso de instrumentos como el Draw Back, Admisión Temporal y otros mecanismos regulados por la normativa uruguaya.

3.2. Política económica

3.2.1. Argentina

3.2.1.1. Política monetaria y cambiaria

En el período 1991-2001, Argentina se esforzó por mantener un tipo de cambio fijo, el cual estaba basado en igualar su moneda local con el dólar americano.

Este régimen trajo aparejado una fuerte fuga de capitales debido a que se produjo una apreciación en la moneda local. A su vez se incrementó el nivel de servicios en la balanza de pagos, lo que provocó un mayor déficit en cuenta corriente e incrementó la deuda externa.

Finalmente en el año 2002 se produjo una abrupta devaluación, ya que el nivel de salida de divisas resultó insostenible.

Como consecuencia de lo que se produjo en ese período, desde el año 2002, se establecieron pautas en la política monetaria con la intención de mantener la economía en un nivel estable.

Una de ellas es la fijación de metas cuantitativas de agregados monetarios, con esto se desea lograr una estabilidad media de los precios; otra de las pautas es la acumulación de reservas como reaseguro frente a perturbaciones externas.

A su vez, en el período mencionado, Argentina creó el Mercado Único y Libre de Cambios en el cual se liquidan las divisas obtenidas por cobro de exportaciones de bienes. Dichas divisas deben ser liquidadas dentro de un plazo que puede variar en 60 y 360 días, dependiendo del producto que se exporte, contando a partir de la fecha del conocimiento de embarque.

La política cambiaria y monetaria en los años 2007 y 2008 continuó enfocándose en el mantenimiento del tipo de cambio nominal y como ancla de precios. Esta política lograda a través de la esterilización monetaria causó que a fines de 2007 se realizaran operaciones por un monto cercano al ochenta por ciento de la emisión, generando un aumento sin precedentes en las reservas.

Esto generó fuertes efectos inflacionarios que superaron claramente los niveles de la región, lo cual se trató de controlar con numerosos acuerdos de precios e incluso prohibición de exportación de diversos artículos tradicionales y no tradicionales.

3.2.1.2. *Política tributaria y fiscal*

Se debe recordar que Argentina ya desde el siglo XIX y en varios períodos del siglo XX utilizó impuestos a las exportaciones. Ello tuvo varias finalidades, entre ellas, mantener niveles de precios, promover exportaciones de mayor valor agregado industrial, mejorar la recaudación fiscal, entre otras.

Desde el período de liberalización de la década de los años setenta, Argentina fue reduciendo los impuestos a las exportaciones hasta casi eliminarlos en el período 1990-2001.

Es más, en este período se incrementan los reintegros a las exportaciones. Un sistema que se encuentra reglamentado por los Decretos N° 1011/1991, N° 2275/1994 y N° 690/2002. Donde se establece que se devuelven total o parcialmente los tributos que se hubieran pagado en las distintas etapas de producción y comercialización de las mercaderías manufacturadas en la Argentina.

El reintegro es en efectivo y se otorga sobre el valor agregado nacional, de modo que si un producto ha sido elaborado en base a insumos importados directamente por el exportador, la alícuota se aplica sobre el valor FOB menos el valor CIF de los insumos importados.²⁸

Entre 1998 y 2001, Argentina se encontraba en una situación fiscal considerablemente problemática, debido a la baja recaudación provocada por el escaso nivel de actividad y al creciente pago de intereses de la deuda federal y provincial.

En 2002 se incrementaron las tasas y la cobertura de los derechos de exportación, con el fin de obtener mayores ingresos fiscales. A pesar de que la implantación de los derechos a la exportación fue realizada con un fin de carácter temporal, al día de hoy, estos no han podido ser eliminados debido a que los mismos representan en promedio casi el diez por ciento de los ingresos fiscales.

La situación fiscal argentina comenzó a mejorar en el 2003, ello se debió a que disminuyeron los pagos de intereses de la deuda federal y provincial. A su vez la situación económica del país se recuperó, lo cual trajo aparejado un incremento en la recaudación fiscal.

En 2006 y 2007 las autoridades aplicaron un sesgo fiscal expansivo, pero manteniendo determinados niveles de superávit fiscal, hecho que constituye, de acuerdo con las autoridades, un aspecto central de la política económica vigente.

²⁸ Estímulos Impositivos y Aduaneros a las Exportaciones;
<http://www.bice.com.ar/SP/contenidos/contenidos.asp?id=70>; última consulta 25/02/09

3.2.2. *Brasil*

3.2.2.1. *Política monetaria y cambiaria*

A partir de que Brasil aplicó un régimen de tipo de cambio flotante se lograron reajustes en la cuenta corriente, lo que permitió que la economía amortiguara las importantes perturbaciones registradas durante la crisis de 2002 sin que disminuyera el crecimiento de la producción. Sin embargo, el impacto de las perturbaciones se había dejado notar como aumento de la inflación.

Desde 2003, el Banco Central brasilero decidió aplicar una política monetaria más rigurosa que frenó esa tendencia y la moneda brasilera comenzó a revalorizarse en términos reales. Esta política produjo que hasta el año 2007 el real se apreciara frente a todas las monedas fuertes del mundo.

Actualmente, Brasil se enfoca en la inflación futura como principal variable de su política monetaria. Las distintas trayectorias de los tipos de interés, la estimación de la situación actual de la economía y la evolución probable de las variables exógenas son los factores que determinan si dicha inflación futura será o no la deseada.

3.2.2.2. *Política tributaria y fiscal*

El régimen de desgravación fiscal a la exportación tiene tres modalidades: la suspensión, la exención y la restitución

En la modalidad de la suspensión, se suspende el pago de los derechos de importación y otros impuestos, cuando se trate de artículos que se vayan a exportar después de transformarlos o montarlos.

La modalidad de la exención permite importar, sin pagar derechos de importación, por insumos en una cantidad equivalente a los que ya se hayan importado pagando íntegramente los impuestos debidos y que ya se hayan utilizado para la producción de bienes industriales que luego se han exportado.

El procedimiento y las condiciones son los mismos que para la suspensión, excepto que las empresas interesadas deben además presentar a la oficina del Banco do Brasil correspondiente a su jurisdicción, una solicitud con el objeto de beneficiarse del régimen de desgravación, así como prueba demostrativa de las importaciones y exportaciones efectuadas.

La modalidad de la restitución consiste en la devolución de los impuestos ya pagados mediante un crédito fiscal aplicable a cualquier operación importadora posterior.

Los impuestos se calculan en función del valor FOB o el precio del mercado internacional en el momento de la exportación. Este último precio no puede ser inferior al costo de producción, incrementado con los impuestos y otras contribuciones más un margen comercial del quince por ciento sobre la suma de los costos y los impuestos.

Las exportaciones pueden estar exentas de este impuesto en función de su punto de destino. Están exentas del impuesto las exportaciones de café, azúcar, alcohol y productos conexos.

En los años noventa fueron muchas las empresas exportadoras que mencionaban la complejidad del sistema tributario y la dificultad de recibir las devoluciones de los impuestos indirectos de exportaciones como el principal problema de operar en Brasil.

Luego se inició un período de numerosas reformas donde el perfil del sistema nunca llegó a cambiar del todo. Los principales exportadores del país hablaban de una exención tributaria incompleta de las exportaciones.

Igualmente desde que se tomó conciencia del problema se intentaron diversas medidas, las cuales podrían ser consideradas como paliativas. En 1996 se eliminaron varios impuestos a productos primarios y semi manufacturados.

Es necesario recordar que las autoridades brasileras gravan ciertas exportaciones para asegurar el suministro del mercado interno y para controlar la regularidad de las corrientes comerciales.

Varios de los impuestos eliminados en este período llevaban en Brasil ya más de treinta años de existencia. En enero de 2004, quedaron solamente ocho categorías de productos gravados con impuestos a la exportación.

Los exportadores pueden obtener una bonificación fiscal en compensación de las contribuciones sociales abonadas para adquirir los insumos y el material de embalaje utilizados para la exportación.

Si bien la recaudación de los impuestos de exportación puede no ser lo más importante cuantitativamente, se debe tener en cuenta que las metas fiscales no pueden quedar del todo descuidadas.

Como ejemplo se puede señalar que en el año 2007 la aplicación de un plan de crecimiento y desarrollo de la economía hizo variar el objetivo de superávit primario de 4.25% del PBI a 3.75%.

La incidencia del incremento del gasto en programas de este tipo y las exoneraciones impositivas terminan imposibilitando metas establecidas dentro de la política fiscal, por lo que en períodos como fines de los años ochenta el peso de una política activa de promoción de exportaciones basada en

incentivos fiscales y tributarios fue demasiado alto y debió ser abandonada pese a haber sido exitosa en cuanto a su fin.

3.2.3. Chile

3.2.3.1. Política monetaria y cambiaria

Desde el año 1992 y hasta 1999, la política cambiaria de Chile estuvo basada en una banda móvil, por lo que el valor nominal de referencia de la moneda se vinculaba a una cesta de monedas fuertes.

El objetivo principal que perseguía esta política era reducir la inflación año tras año. En 1999, Chile alcanzó una inflación de aproximadamente tres por ciento. Entonces decidió modificar el sistema imperante y se planteó como objetivo mantener una inflación baja y estable.

Es por esto que se fijó un sistema de libre flotación, ya que se consideraba que el mismo tenía menores repercusiones en la inflación.

Desde la introducción de esta política, el Banco Central ha intervenido en el mercado cambiario en dos oportunidades, entre agosto y diciembre de 2001 y entre octubre 2002 y enero 2003.

Más recientemente, en el año 2008, se dio un proceso en el que el tipo de cambio aumentó a partir del tercer trimestre. Esta variación estuvo asociada a una sensible caída de los valores bursátiles y a un aumento de la demanda de dólares, como refugio de los inversionistas de muy corto plazo.

Para los exportadores, la depreciación del peso representó un aliciente, que ha permitido fortalecer la competitividad por los precios de las exportaciones nacionales.

En el ámbito interno de la economía, el alza del dólar ha repercutido en un aumento en el valor de las importaciones y del índice de precios al consumidor. De acuerdo a los índices de precios de las exportaciones e importaciones presentados por el Banco Central, es posible apreciar en el segundo trimestre del 2008, un importante crecimiento de los precios de las exportaciones.²⁹

²⁹ Comercio Exterior De Chile; Ministerio De Relaciones Exteriores Dirección General De Relaciones Económicas Internacionales Departamento De Estudios E Informaciones; 2008

3.2.3.2. Política tributaria y fiscal

Chile ha implementado desde 2001 el concepto de superávit estructural. De acuerdo con este concepto, las autoridades tienen como objetivo un superávit fiscal anual equivalente al uno por ciento del PIB, suponiendo un nivel de actividad económica compatible con una utilización normal de la capacidad y un hipotético precio del cobre equivalente al precio del cobre a largo plazo.

Esta política tiene la finalidad de asegurar una estabilidad fiscal en el mediano plazo, permitiendo al mismo tiempo medidas contra cíclicas en períodos de crecimiento más lento de la economía.

Chile no aplica impuestos, cargas ni gravámenes a la exportación, establece que todas las mercancías pueden exportarse libremente. A su vez, no tiene un régimen de licencias de exportación. Las exportaciones chilenas no están sujetas a contingentes de exportación, que están prohibidos por Ley.

El país mantiene un sistema simplificado de reintegro de derechos. La ley estableció el reintegro simplificado de un porcentaje del valor FOB de las exportaciones, en función de los valores de exportación de la empresa. Hasta hace poco, estos porcentajes y valores máximos de exportación se actualizaban anualmente.

En noviembre de 1998, se modificó la Ley N° 18.480 a fin de poner el sistema de reintegro de derechos chileno de conformidad con las disposiciones del Acuerdo de la OMC sobre Subvenciones y Medidas Compensatorias.

En particular se redujo progresivamente el reintegro hasta llegar a una tasa única del tres por ciento. Desde enero de 2003 el reintegro se concede únicamente a las exportaciones que incluyen al menos un cincuenta por ciento de insumos importados.

3.2.4. Paraguay

3.2.4.1. Política monetaria y cambiaria

Paraguay posee como instrumentos de política monetaria operaciones de mercado abierto. Por lo general estas operaciones se realizan mediante combinaciones de compraventa de divisas y colocaciones de instrumentos de deuda.

Históricamente el país mantuvo siempre un tipo de cambio real alto. Ello puede explicarse debido a que en las épocas anteriores a 1990, la política exterior en gran parte se centraba en el comercio de intermediación. Por lo

tanto la tendencia a mantener tipos de cambio reales era consistente con la intención de los gobiernos paraguayos.

Desde 1989, el tipo de cambio en Paraguay dejó de ser fijo y pasó a ser libre. La finalidad de este cambio es sin duda la promoción de las exportaciones mediante un tipo de cambio real más alto capaz de favorecer las exportaciones.

El Banco Central de este país ha intervenido varias veces en el mercado cambiario. Las finalidades que persiguieron dichas intervenciones fueron reducir las oscilaciones del tipo de cambio, las cuales estaban asociadas a la estacionalidad del comercio exterior (especialmente a las exportaciones) y contrarrestar ataques especulativos en contra del guaraní.

En el período 1990-2004 se demostró cómo la principal influencia del tipo de cambio venía dada por la influencia del tipo de cambio vigente con Brasil, quien desde hace más de veinte años es el principal socio comercial de Paraguay. El tipo de cambio en Paraguay entonces influenciado por el real vivió períodos de atraso cambiario muy frecuentes, sobre todo a partir de 1999.

Si bien como fue mencionado, los sectores exportadores tradicionales gracias a sus ventajas comparativas no fueron particularmente críticos con las políticas cambiarias, los sectores exportadores no tradicionales apoyaron fuertemente el mantenimiento de tipos de cambio más altos.

El atraso cambiario experimentado en los últimos años se puede considerar como una victoria para el tradicional sector dedicado a la triangulación y al comercio de re exportación; por lo que se podría afirmar que en la actualidad a partir de la volatilidad cambiaria conviven dos modelos. Uno dedicado a la exportación y producción local y otro enfocado en la intermediación regional.

3.2.4.2. Política tributaria y fiscal

La política fiscal del Paraguay tiene el objetivo de establecer un gasto público operacional balanceado. Para esto se busca:

- Recortar gastos superfluos
- Evitar la evasión impositiva, (entre las acciones que se han llevado a cabo se encuentra la reforma al Código Aduanero)

Desde 1997 y hasta 2001 no se percibieron impuestos de exportación. Pero en el año 2002 se comenzaron a aplicar impuestos, algunos de los productos afectados fueron, cueros frescos o salados y soja. Estos impuestos son aplicados sobre el valor FOB de la mercadería y no se distingue el lugar de destino de las mismas.

Desde el anuncio de los nuevos objetivos de la política fiscal en 2003, ha habido dos reformas claves en materia fiscal. La primera se tradujo en la aprobación de la ley de reordenamiento administrativo y adecuación fiscal, que entre otras cosas creó un impuesto, un nuevo impuesto agrario, el cual amplió la base de contribuyentes en el Impuesto al Valor Agregado (IVA) eliminando exenciones e introduciendo el IVA en artículos previamente exentos.

Aunque aún existen devoluciones fiscales sobre impuestos indirectos que afectan a las exportaciones estos padecen excesivas dificultades en cuanto a la gran burocracia que lleva dicho proceso. Esto hace que una de las principales herramientas de promoción se vea muy limitada.³⁰

Paraguay firmó también un acuerdo de derechos especiales de giro con el FMI en diciembre de 2003 por 15 meses. A lo largo de ese período las metas de la política fiscal estuvieron regidas en gran parte por el acuerdo con el FMI.

Durante 2003 el ingreso total recaudado aumentó respecto a 2002. Ello respondió principalmente al aumento en los ingresos tributarios y en particular a los provenientes del comercio internacional, 36,4%, lo que generó un superávit primario para 2003 a pesar de haber registrado un déficit fiscal general.

3.2.5. Uruguay

3.2.5.1. Política monetaria y cambiaria

Durante el período 1991-2002, Uruguay mantuvo un sistema cambiario de banda de flotación. En este sistema, el Banco Central anuncia en forma periódica los tipos de intervención, tanto de compra como de venta. Este mecanismo resultó ser insostenible debido a las masivas salidas de fondos en moneda extranjera que debían realizar los bancos uruguayos.

Desde junio 2002, se comenzó a aplicar la libre flotación como política cambiaria. Durante la crisis financiera del 2002, el peso uruguayo sufrió una fuerte devaluación tanto en términos nominales como en términos reales.

El régimen que fue utilizado desde el 2002 ha ido evolucionando. En principio se estableció un sistema basado en la fijación de objetivos para los agregados monetarios. Más tarde se estableció un régimen que tiene como objetivo final la estabilidad de los precios.

³⁰ Plan Nacional De Exportación Construyendo El Desarrollo Sustentable Para El Paraguay, 2008; [http://www.REDIEX Paraguay.gov.py](http://www.REDIEX.Paraguay.gov.py); última consulta 30/03/09

En 2003, el Banco Central aplicó una política monetaria basada en el cumplimiento estricto de los objetivos de base monetaria para reducir las expectativas inflacionarias de un mercado que venía de experimentar una profunda crisis financiera.

Las notorias diferencias entre la evolución de la productividad de los sectores productores de bienes transables y no transables repercutieron en la tendencia inflacionaria que vive el país desde hace varios años y que constituye el centro de atención del banco central.

A partir de 2004, el Banco Central del Uruguay al inicio de cada trimestre, comenzó a anunciar un rango objetivo para la variación de los precios estableciendo que la trayectoria de la base monetaria, que es su objetivo intermedio operacional, se ubicará dentro de un rango que también es anunciado.

El tipo de cambio real durante los años 2006 y 2007 siguió experimentando una leve baja. Como contrapartida se decidió, a fin de reducir la inflación, disminuir el ritmo de crecimiento de los medios de pago.

3.2.5.2. Política tributaria y fiscal

Uruguay utiliza variados métodos de incentivos tributarios para promover exportaciones, independientemente de que sean mecanismos tradicionales.

En el país existen mecanismos de devolución de impuestos directos e indirectos para mercaderías destinadas a la exportación cuyo beneficio depende del contenido nacional. El régimen se aplica únicamente a las exportaciones en que el valor CIF de los insumos importados no excede del ochenta por ciento del valor FOB de la exportación misma.

Con la vigencia de la reforma tributaria implementada a partir de julio 2007 el monto que debe devolverse para la mayor parte de los rubros de exportación se calcula aplicando un porcentaje menor al dos por ciento del valor FOB. Excepto las carnes, cuyo porcentaje de devolución es levemente mayor. A partir de octubre de 2007 la devolución de impuestos para las carnes (bovina, suina y equina) es de dos y medio por ciento y para los demás rubros de exportación es de dos por ciento, excepto la madera de bruto (rolos) que no tiene contemplada la devolución de impuestos.

Estos beneficios para ciertas áreas (agricultura, forestación, software y otros) tienen particularidades especiales, buscando promover estos sectores. Existen además beneficios adicionales que pueden ser otorgados por el poder ejecutivo al ser declarados de interés nacional.

Durante décadas existieron una serie de bonificaciones en el sector lanar especialmente en las etapas finales de elaboración de prendas terminadas, las cuales hoy en día están derogadas. Actualmente en Uruguay

no son muchos los casos de subsidio a la exportación, uno de ellos es el de la industria automotriz.

Las exportaciones de carnes bovina, ovina, suina, equina, de aves y de animales de caza menor, en todas sus formas, excepto conservadas, están sujetas al impuesto para el Fondo de Inspección Sanitaria (FIS), el cual se aplica a una tasa del uno por ciento sobre el valor FOB de las exportaciones. El impuesto para el FIS se aplica también a ciertas ventas en el mercado interno.

Las exportaciones de cueros crudos, salados, piquelados y wet-blue están sujetas a un impuesto del cinco por ciento. Las exportaciones de ciertos otros productos agropecuarios están sujetas a impuestos o gravámenes que se perciben para financiar organismos como el Secretariado Uruguayo de la Lana (SUL), el Instituto Nacional de Carnes (INAC), y el Instituto Nacional de Investigación Agropecuaria (INIA).

3.3. Mecanismos aduaneros, regímenes especiales e instrumentos jurídicos

3.3.1. Argentina

Este país cuenta con diversos instrumentos que fomentan las exportaciones; entre ellos se encuentran: Admisión Temporal, Draw Back, Zonas Francas e incentivos regionales. Son utilizados dependiendo del proceso de producción de los bienes a exportar.

La Admisión Temporal consiste en que los exportadores pueden importar libres de aranceles y demás tributos, aquellos insumos o materiales utilizados en el proceso de producción de mercaderías a ser exportadas, en la medida que las mismas finalmente se exporten.

El Draw Back es uno de los principales incentivos de las exportaciones este método consiste en la restitución total o parcial mediante crédito fiscal, de los tributos que gravan la importación siempre que los bienes sean utilizados en la producción de mercadería exportable.

Como ya se mencionó, Argentina no solo tienen normativa a nivel nacional sino también provincial, destacándose la que se estableció en 1984 para la región de la Patagonia, donde se fija que las exportaciones que se lleven a cabo por los puertos de la zona se verán beneficiadas por un régimen de reembolso adicional.

Para poder acceder a este beneficio, las mercaderías pueden exportarse en su estado natural o ser manufacturadas en la región con insumos locales o no originarios de la misma, en cuyo caso el proceso de producción debe

implicar un cambio de posición arancelaria y no debe constituir un mero ensamblaje.

En 1994 se promulgó la Ley N° 24.331 estableciendo que el Gobierno nacional tiene la potestad de crear una zona franca en cada una de las provincias de la Argentina. Estipula además, las actividades a realizarse en las mismas. Según la ley estas son: almacenaje, comercialización, servicios e industriales. Las exportaciones que se realicen desde las zonas francas deben ser a terceros países.

A los usuarios de las zonas francas se los exime de impuestos nacionales que gravan los servicios básicos prestados dentro de ellas. A su vez se establece que los usuarios de zonas francas no pueden acogerse a los beneficios y estímulos fiscales de los regímenes de promoción industrial, regional o sectorial.

En el caso de las exportaciones también están fomentadas desde las zonas francas siempre que éstas sean de mercaderías que ingresan desde el territorio aduanero Argentino y se exporten hacia terceros países, concediéndoles como beneficio el derecho de las exportaciones en el régimen general.

3.3.2. Brasil

En la década de los setenta se desarrolló uno de los primeros mecanismos de estímulo a las exportaciones. Este fue el Draw Back, el cual incluye actualmente tres modalidades de promoción, que son la restitución, la suspensión y la exención del pago del Impuesto a los Productos Industrializados (IPI) en la compra de materias primas e insumos nacionales utilizados en la producción de bienes a exportar.

Otro método de promoción de las exportaciones, es la Admisión Temporal, que se basa en permitir la importación temporal de mercancías con suspensión de los pagos de los derechos de importación, siempre que las mercancías se reexporten sin modificaciones que puedan afectar sus características.

Deben pagarse los derechos de aduana y el impuesto de productos industriales que correspondan al período de tiempo que los productos permanezcan en el territorio aduanero de Brasil, aplicando una fórmula que expresa ese tiempo como una parte de la vida útil del producto.

En Brasil también encontramos zonas francas, ocho de ellas se ubican en la región de la Amazona y el resto están dispersas por el país. Son utilizadas como método para promocionar las exportaciones promoviendo el desarrollo y la integración regional, recibiendo por esto incentivos fiscales, mediante las exenciones otorgadas tanto por el gobierno federal como estatal.

Para verse beneficiado es necesario cumplir con algunos requisitos en el criterio del proceso productivo, con respecto a los productos específicos y presentar una descripción detallada de las distintas fases del montaje, preparación y transformación de los insumos utilizados para los productos manufacturados.

Al igual que en Argentina, Brasil cuenta con un sistema diferencial de promoción a las exportaciones, definido como Zonas de Procesamiento de Exportación, teniendo como característica distintiva, la extraterritorialidad.

En ellas se pueden establecer tanto empresas nacionales como extranjeras con el condicionante de que deben dedicarse exclusivamente a la fabricación de bienes para ser exportados a otros países.

Para poder actuar en este territorio es necesario que la empresa sea aprobada por el consejo de las zonas de procesamiento de exportación, pudiendo en los casos que crea conveniente requerir el cumplimiento de determinados requisitos.

En este caso también gozan de beneficios fiscales más amplios que los concedidos al régimen de Draw Back de exportaciones (exención de Impuestos a los Productos Industrializados, Impuestos de Importación, Contribuciones Sociales, etc.).

3.3.3. Chile

Con el fin de promover las exportaciones y el desarrollo regional, Chile estableció en 1975 dos zonas francas.

Entre los beneficios otorgados a las industrias establecidas en las zonas francas figuran los siguientes:

- Exención del pago de aranceles, cargas, recargos, IVA y otros impuestos adicionales sobre las importaciones (impuestos sobre las ventas y los servicios e impuesto sobre los ingresos derivados de las transacciones financieras)
- Exención de otros requisitos en materia de importación (por ejemplo, la intervención de un agente de aduanas)
- Reintegro de los derechos sobre los insumos incorporados en las mercancías de fabricación nacional que luego se exportan a una zona franca
- Exención del pago del IVA sobre las operaciones realizadas dentro de la zona

- Exención del impuesto de primera categoría a la renta sobre las utilidades devengadas por el capital

Chile posee además un sistema general de reintegro de derechos, del que son beneficiarios todos los exportadores que hayan utilizado insumos importados. Los exportadores obtienen el reintegro de los derechos de importación pagados por todos los insumos incorporados o utilizados durante el proceso de producción. No se reembolsan las sobretasas arancelarias ni los derechos compensatorios.

El país mantiene también un sistema simplificado de reintegro de derechos. La ley estableció el reintegro simplificado de un porcentaje del valor FOB de las exportaciones, en función de los valores de exportación de la empresa.

Hasta hace poco, estos porcentajes y valores máximos de exportación se actualizaban anualmente. Este sistema, de gran utilidad para pequeñas empresas que por su dimensión no pueden acceder al sistema general, deberá ser eliminado gradualmente ya que para la Organización Mundial de Comercio (OMC) este mecanismo es considerado un subsidio.³¹

Con el fin de promover la innovación tecnológica y de estimular la adquisición de bienes de capital, se permite que el pago de los derechos de aduana sobre las importaciones de bienes de capital se difiera hasta un máximo de siete años, pudiendo efectuarse en tres plazos.

Los adquirentes de bienes de capital de fabricación nacional tenían derecho a un crédito fiscal equivalente al setenta y tres por ciento del arancel aduanero, aplicado sobre el valor neto de factura de las mercancías.

En ambos casos, la deuda estaba sujeta a una tasa de interés basada en el mercado que fijaba el Banco Central. Las autoridades fiscales condonaban, total o parcialmente, los montos adeudados por concepto de pago diferido cuando la empresa había utilizado los bienes de capital para producir mercancías destinadas a la exportación.

³¹ Alarcón, Cecilia; Stumpo, Giovanni; Políticas para pequeñas y medianas empresas en Chile; revista CEPAL; 2001

3.3.4. Paraguay

Paraguay posee métodos a través de los cuales realiza incentivos a las exportaciones, los que se denominan al igual que en el resto de los países analizados, Admisión Temporal, Draw Back, Zonas Francas y Maquilas.

La Admisión Temporal permite la entrada de productos extranjeros a Paraguay, los cuales deben ser utilizados “para fines determinados”, entendiéndose por los mismos aquellos que se utilizan para la elaboración de un producto terminado por las industrias instaladas en el país. Otorgándose como beneficio la suspensión total o parcial de los pagos de los derechos de importación, con la condición de que posteriormente se reexporten sin modificaciones. El Código Aduanero, establece regímenes de admisión temporal y admisión temporal para perfeccionamiento activo.

A su vez define un régimen de Draw Back, que permite a los exportadores recuperar total o parcialmente el tributo aduanero a la importación, pagado sobre el producto importado, en los bienes que lo incorporan o lo consumen durante su producción.

Paraguay también posee Zonas Francas como otro método mediante el cual fomenta los negocios con el exterior. Otorga beneficios tales como exenciones fiscales a las empresas que operan en las mismas. Todos los bienes de capital que entran en las zonas francas están exentos de todo impuesto. Las empresas dedicadas exclusivamente a actividades de exportación pagan un impuesto único de Zonas Francas a una tasa del 0,5 por ciento de los ingresos brutos de las exportaciones.

Las empresas dedicadas a actividades comerciales que además de exportar vendan al territorio aduanero de Paraguay, deben pagar el impuesto a la renta sobre el porcentaje que sus actividades comerciales representen sobre sus ingresos brutos totales, pudiendo deducir sus gastos en la misma proporción sin perjuicio de tributar el impuesto único de Zonas Francas sobre las exportaciones a terceros países.

Las empresas dedicadas a actividades comerciales, industriales y de servicios pueden vender al territorio aduanero de Paraguay bienes terminados y servicios por una cantidad máxima igual al diez por ciento de los ingresos brutos por ventas de la empresa, pagando solamente el impuesto único de Zonas Francas.

Si una empresa excede el diez por ciento de los ingresos brutos por ventas de la empresa, se le aplicará el impuesto a la renta sobre el porcentaje que representen las ventas al territorio aduanero del total de sus ingresos brutos, pudiendo deducir sus gastos en la misma proporción.

Las actividades de maquila se basan en un contrato entre una empresa extranjera y una maquiladora. En el régimen la empresa extranjera suministra

a la maquiladora productos o servicios para que la segunda cumpla determinadas actividades que añaden valor. Los programas de maquila tienen que ser aprobados por resolución conjunta del Ministerio de Industria y Comercio y el Ministerio de Hacienda.

Los productos o servicios finales de la maquila tienen que exportarse. Sin embargo, la ley permite la venta en el mercado de Paraguay sujetas a autorización y al pago de los aranceles e impuestos necesarios para "nacionalizar" el producto y del impuesto a la renta sobre la parte vendida en el mercado nacional.

Las maquiladoras pagan el "tributo único maquila" de uno por ciento sobre el valor agregado en territorio paraguayo o sobre el valor de la factura emitida por la maquiladora por cuenta y orden de la empresa contratante en el exterior, siempre que este último valor fuera mayor.

3.3.5. Uruguay

Nuestro país fomenta las exportaciones a través de los métodos de Admisión Temporal, Toma de Stock, Draw Back y Zonas Francas.

El régimen de Admisión Temporal, consiste en la posibilidad de incorporar productos al territorio aduanero nacional libres de todo tributo, con la condición de que sean reexportados en el estado en que fueron importados o después de haber sido sometidos a un proceso de transformación, elaboración o reparación.

Los productos ingresados en Admisión Temporal no pueden permanecer en el territorio nacional por un lapso superior a 18 meses, en caso de que se llegue a ese plazo y no se lleve a cabo la exportación de estos productos, éstos deben de ser nacionalizados (lo que implica pagar todos los tributos correspondientes para el ingreso de estos bienes al Uruguay) o reexportados en el estado en que se encuentren.

El régimen de Draw Back estipula que se reintegrará total o parcialmente las cargas tributarias que se hayan pagado para la importación de materias primas, materiales y otros insumos de producción destinados a la exportación. Este sistema en nuestro país es menos utilizado que la Admisión Temporal.

A su vez, existe el régimen de Toma de Stock en el cual los productos pueden importarse libres de impuestos con destino a utilizarse en la reposición de otros que hayan sido importados en forma definitiva y utilizados en la elaboración de productos exportados.

Las Zonas Francas son definidas como exclaves, por lo que no integran el territorio aduanero nacional. Conforme a la ley, la administración, supervisión y control de las Zonas Francas está a cargo del Área Zonas Francas de la

Dirección General de Comercio del Ministerio de Economía y Finanzas (MEF). También ejerce el control la Dirección General Impositiva (DGI).

Las empresas interesadas en la administración de una Zona Franca deben presentar su solicitud ante el MEF, quien previo asesoramiento de la Comisión Honoraria Asesora, que se pronuncia respecto de la ubicación de la Zona Franca, y adjuntando los dictámenes del Área Zonas Francas, eleva el expediente para resolución del Poder Ejecutivo.

Los "usuarios directos" pueden realizar actividades como las de comercio, almacenamiento, montaje, manipulación y mezcla de productos o materias primas del extranjero o del mercado nacional, instalación y funcionamiento de establecimientos fabriles, y provisión de servicios.

"Usuarios indirectos" son quienes obtienen el derecho de actuar en una Zona Franca mediante un contrato con un "usuario directo", y utilizan las instalaciones de éste.

Las empresas usuarias que actúan en una Zona Franca gozan de exención de todos los tributos nacionales, excepto los aportes a la seguridad social para el personal que deben realizar los empleadores. Los usuarios están exentos del IRAE respecto de las actividades que realicen en las mismas.

Pueden importarse bienes, servicios y materias primas sin derechos de importación ni impuestos, con independencia de su origen. En cambio, los bienes que entren en el territorio aduanero uruguayo desde las Zonas Francas se consideran importaciones, y en consecuencia están sujetos al pago de todos los derechos de aduana e impuestos, excepto el IRAE. No existe restricción en cuanto a la cantidad ni al tipo de producto que se puede importar al territorio nacional desde Zonas Francas.

En resumen, la mayor parte de los instrumentos existentes tiende, fundamentalmente, a reducir tanto el costo de la inversión inicial como los costos operativos y, en otros casos y en menor medida, a promover las capacidades y el desempeño.

En los casos de incentivos a la producción otorgados en esas zonas que sean incompatibles con las respectivas normas de la OMC, el país importador puede aplicar estas últimas.

3.4. Instituciones que financian exportaciones

3.4.1. Argentina

Entre las fuentes de financiamiento destacan las líneas de crédito del Banco de Inversión y Comercio Exterior (BICE), entidad estatal creada a comienzos de los noventa, cuya misión es fomentar la inversión y el comercio exterior de empresas argentinas.

El BICE opera principalmente en el mercado financiero como banco que canaliza sus operaciones mediante la banca comercial, aunque desde 2003 actúa directamente o co-financiando con una o más entidades financieras.

La misión que aparece en su sitio Web oficial expresa textualmente: “fomentar la inversión productiva, la modernización de la infraestructura y el comercio exterior de empresas argentinas, incentivando la creación de nuevas fuerzas exportadoras y financiándolas para que operen exitosamente en el mercado mundial. Además, cumple las funciones de Autoridad de Aplicación del Seguro de Crédito a la Exportación, la de organizar e invertir en fideicomisos y la de ser socio protector en sociedades de garantía recíproca.”³²

Los principales productos ofrecidos por esta institución son explicitados en su sitio tal cual transcribimos.

Financiamiento de la producción de bienes y prestación de servicios dedicados al mercado externo.

- Beneficiarios de la financiación: exportadores, productores, fabricantes, prestadores de servicios de productos primarios, manufacturas de origen agropecuario e industrial.
- Límites al financiamiento: Mínimo: u\$s. 20.000 Máximo: u\$s. 1.000.000.
- Porcentaje de la financiación: hasta el 75% del valor FOB de las exportaciones o del monto de los servicios.
- Moneda de crédito: dólares estadounidenses u otras monedas a criterio del BICE.
- Tasa de interés: se negocia directamente con cada empresa.
- Plazo: se ajusta al ciclo productivo; al despacho y a la negociación de los instrumentos de pagos de los bienes y/o servicios exportados a partir de la fecha de los desembolsos.

³² Bice; <http://www.bice.com.ar/>; última consulta 30/03/09

Posfinanciación de exportaciones

- Alcances: exportaciones de bienes de capital, bienes durables, bienes de consumo, bienes industriales, plantas industriales y proyectos llave en mano. Hasta el 10% de su valor en repuestos y accesorios y/o gastos de instalación en países de destino.
- Límites al financiamiento: Mínimo: u\$s. 20.000 Máximo: u\$s. 15.000.000.
- Moneda de crédito: dólares estadounidenses u otras monedas a criterio del BICE.
- Tasa de interés: se negocia directamente con cada empresa.
- Plazo: hasta 5 años, según las características del producto exportado.

3.4.2. Brasil

El Programa de Financiación de las Exportaciones (PROEX), un programa federal administrado por el Banco do Brasil, es una fuente importante de financiación para las pequeñas y medianas empresas que realizan actividades comerciales internacionales. Su objetivo es financiar las exportaciones brasileras de bienes y servicios en condiciones similares a las que se pueden obtener en los mercados internacionales.

El PROEX puede utilizarse para las exportaciones de mercancías, servicios y obras cinematográficas. Permite además que las exportaciones se agrupen en un "paquete" compuesto por productos que no cumplen las condiciones con un valor de hasta el veinte por ciento del valor de los productos elegibles.

El PROEX utiliza dos modalidades: la financiación directa, y los pagos de equiparación de los tipos de interés.

La financiación PROEX es concedida directamente por el Banco do Brasil, con recursos del Tesoro, al exportador o al importador para el pago que ha de efectuar al exportador.

Los créditos se conceden por un plazo de hasta 10 años, dependiendo del valor añadido del producto o de la complejidad del servicio prestado. Ambas modalidades se utilizan para financiar etapas post embarque.

Las condiciones del crédito según el sitio Web oficial del Banco do Brasil son las siguientes:

Condiciones Financieras:

Plazos - hasta 10 años. Los plazos son definidos de acuerdo con el valor agregado de la mercadería o de la complejidad del servicio prestado.

El porcentaje financiable es limitado a ochenta y cinco por ciento del valor de la exportación sólo en los financiamientos con plazos mayores a 2 años.

Si el índice de nacionalización de la mercadería fuera menor al sesenta por ciento esto implicará en la reducción del porcentaje financiable.³³

Tasas de interés - las corrientes del mercado internacional.

Forma de Pago por el importador - en pagos semestrales, iguales y sucesivos. En las operaciones de corto plazo se admite un único pago al final.

Garantías requeridas

- Aval o fianza
- Carta de Crédito
- Seguro de Crédito para Exportación.

Cabe resaltar que los préstamos otorgados por PROEX se enfocan prioritariamente en empresas de pequeño y mediano porte. Sin duda este programa resulta de menor importancia cuantitativa respecto al BNDES-EXIM ya que en su máximo histórico llegó a beneficiar apenas a seiscientas cincuenta empresas de un total de dieciocho mil beneficiadas.

El programa BNDES-EXIM, administrado por el Banco Nacional de Desarrollo Económico y Social (BNDES), concede créditos a la exportación. La política del BNDES de apoyo al comercio exterior, articulada con las prioridades definidas por el gobierno federal, proporciona un avance significativo en la capacidad gubernamental de promover el desarrollo económico gracias a la oferta de instrumentos de financiamiento, fundamentales para el éxito de la acción empresarial brasilera en el exterior.

Para conceder el crédito los productos a exportar deben tener un contenido nacional mínimo, en términos de valor, del sesenta por ciento. Las operaciones son efectuadas a través de instituciones financieras acreditadas. Su costo financiero total equivale al tipo de interés pertinente más la remuneración del BNDES y la remuneración de la institución financiera.

³³ Banco de Brasil;

<http://www44.bb.com.br/appbb/portal/on/intc2/exp/PROEXEspanholFinanci.jsp>; última consulta 30/3/09

Todas las empresas de exportación, independientemente del origen del capital, pueden optar por este programa. La lista de los productos que reúnen las condiciones, abarca más del ochenta por ciento de la lista de productos exportados por Brasil.

Existen cuatro modalidades de financiación: financiación previa a la expedición, financiación previa a la expedición a corto plazo, financiación previa a la expedición especial y financiación posterior a la expedición.

Mediante la modalidad previa a la expedición se financia la producción de las mercancías que se han de exportar. El crédito tiene una duración máxima de dieciocho meses; en algunos casos, el BNDES puede extender el período hasta veinticuatro o treinta meses, según el ciclo de producción del producto. La cantidad financiada asciende hasta el cien por ciento del valor exportado.

En el marco de la modalidad previa a la expedición a corto plazo, se conceden créditos a la exportación por un período de hasta ciento ochenta días, en condiciones similares a las acordadas para los créditos previos a la expedición.

La modalidad previa a la expedición especial, creada en 1997, solamente puede utilizarse cuando se produce un aumento del valor de las exportaciones.

El valor a financiar en virtud de esta modalidad se limita a la diferencia entre el valor de las exportaciones a efectuar en los doce meses siguientes y el de las efectuadas en los doce meses anteriores.

El tipo de interés percibido es el mismo que se aplica a la modalidad previa a la expedición ordinaria. En cambio, la remuneración del BNDES varía en proporción inversa al aumento real de las exportaciones como porcentaje del incremento previsto.

El período de financiación es de doce meses, pudiendo prolongarse a treinta meses. Los créditos se limitan a cincuenta millones de dólares americanos por año y por grupo, según la clasificación de la lista de los productos que pueden recibir financiación.

La financiación posterior a la expedición se concede en forma de refinanciación a los clientes en el extranjero, por medio de pagarés o cartas de crédito, para la compra de productos brasileños que figuren en la lista de los productos que pueden ser financiados.³⁴

³⁴ Bndes; <http://www.bndes.gov.br/espanol/exportaciones.asp>; última consulta 30/03/09

3.4.3. Chile

La Corporación de Fomento de la Producción (CORFO), que actúa como banco de segundo nivel, administra dos programas del mercado con el fin de promocionar las exportaciones chilenas. Posee como bocas de salida de sus créditos a la gran mayoría de los principales bancos comerciales chilenos (Banco de Chile, BBVA, Santander, etc).

CORFO brinda crédito de mediano y largo plazo, que permite a las empresas exportadoras chilenas, financiar la reposición permanente de materias primas e insumos para la fabricación de bienes y servicios a exportar.

Además financia inversiones y gastos de comercialización en el exterior. Financia indiferentemente préstamos a exportadores de pre y post embarque. También, inversiones, capital de trabajo, gastos de venta y gastos generales, gastos administrativos, insumos de producción y gastos e inversiones derivadas de los procesos de certificación para acceder a los mercados extranjeros.

Es destinado a empresas chilenas con ventas anuales de hasta treinta millones de dólares, que sean exportadoras de bienes y servicios, o bien productoras de bienes y servicios destinados a la exportación.

Este crédito tiene un monto máximo de tres millones de dólares americanos y se otorga en dólares o unidades de fomento, con tasa de interés fija o variable. Los plazos de pago fluctúan entre seis meses y ocho años, incluyendo períodos de gracia para el pago de capital de hasta dieciocho meses.³⁵

3.4.4. Paraguay

El Banco Nacional de Fomento (BNF) proporciona financiación a las exportaciones con recursos propios y canalizando recursos de organismos internacionales. Las autoridades señalaron que el BNF no concede condiciones preferenciales para la financiación de las exportaciones.

En 2004, el porcentaje de crédito destinado a operaciones de exportación representó aproximadamente el cinco por ciento de la cartera total de crédito del BNF.

El Fondo de Desarrollo Industrial (FDI) cuenta con un fondo especial llamado FONDEX, que otorga préstamos para el financiamiento de operaciones de preembarque de productos no tradicionales a través de instituciones financieras intermediarias.

³⁵ CORFO; <http://www.corfo.cl/>; última consulta 30/03/09

Los préstamos se otorgan para:

- Financiar capital operativo para la adquisición de los insumos necesarios para la producción de bienes cuya venta en el exterior ya ha quedado comprometida por contrato o pedido en firme,
- Producción de bienes directamente vinculados con artículos de exportación, y
- Fletes de transporte marítimo, aéreo o por carretera siempre que se cumplan por una empresa de transporte paraguaya.

El costo de los productos debe contener como mínimo un cincuenta por ciento de bienes, factores de producción o servicios nacionales. Los préstamos se otorgan generalmente por un año.

Según las autoridades, FONDEX ha sido poco utilizado. Esto refleja, entre otros aspectos, los altos costos de intermediación, la elevada burocratización, el desconocimiento del producto, y la limitación del financiamiento de productos manufacturados no tradicionales.

3.4.5. Uruguay

Existe un régimen de financiación de las exportaciones que permite obtener préstamos en dólares americanos mediante intermediarios financieros privados que mantienen el diez o el treinta por ciento de sus activos en el Banco Central del Uruguay (BCU).

Al igual que en otros países analizados el BCU no trata directamente con el exportador sino que lo hace a través de bancos comerciales. Por lo tanto el banco intermediario, sirve de nexo con el BCU.

El banco comercial otorga un préstamo, del cual le entrega al BCU el diez o el treinta por ciento (a elección de exportador). Por lo tanto para éste queda el noventa o el setenta por ciento restantes.

Al vencer el plazo de financiación o recibir el cobro del exterior, el BCU entrega al exportador el depósito que constituyó en el BCU (10% o 30%), más los intereses calculados sobre el total del financiamiento constituido. Cubre el período anterior al embarque de la mercadería al exterior, como el posterior al mismo hasta que la mercadería se cobre.

En cuanto a las exportaciones amparadas, en principio incluye casi todas las mercaderías con algunas excepciones:

- Lanas sucias
- Ganado ovino y bovino en pie
- Cueros ovinos y bovinos, secos y salados, cueros y descarnes pickelados y wet-blue.
- Este tipo de financiamiento tiene dos etapas: la constitución y la cancelación.

Al momento de la constitución:

El exportador deberá optar por el porcentaje a depositar en el BCU por el diez o el treinta por ciento del financiamiento, así como también el plazo seleccionado para efectuar el pago del crédito.

Al momento de la cancelación:

1) Al vencimiento del plazo optado y no habiendo exportado, el BCU cancela la operación. Se le devuelve el depósito, no se le pagan intereses sobre el mismo y se le cobra una multa.

2) Si cobró la exportación antes del vencimiento del plazo, debe cancelar la operación dentro de los treinta días de recibida la divisa. Se le devuelve el depósito más los intereses.

3) Si exportó dentro del plazo, pero no cobró la exportación, dispone hasta el vencimiento del plazo para cancelar la operación. Se le devuelve el depósito más los intereses.³⁶

3.5. Convenios Internacionales

3.5.1. Argentina

Las autoridades señalaron que el sistema multilateral de comercio a través de la Organización Mundial del Comercio (OMC) se encuentra en el centro de la política comercial de Argentina, seguido del MERCOSUR y después, de los acuerdos preferenciales.

Los acuerdos regionales son un elemento fundamental en la política exterior y comercial de Argentina. En particular, este país concede prioridad al MERCOSUR como proyecto de integración que va más allá de las consideraciones económicas y comerciales y representa un empeño conjunto

³⁶ Régimen De Financiamiento De Exportaciones, BCU, Cr Ariel Fernández
<http://www.aladi.org/nsfaladi/reuniones.nsf.>, última consulta 02/03/09

en favor de un regionalismo abierto plenamente compatible con el sistema multilateral.

Argentina es Miembro fundador de la OMC. Aunque no es signataria de los acuerdos plurilaterales de la OMC, tiene la condición de observador en el Comité del Comercio de Aeronaves Civiles y en el Comité de Contratación Pública.

También es miembro de la Asociación Latinoamericana de Integración. En la ALADI se otorgan reducciones arancelarias mediante dos tipos de acuerdos: los acuerdos regionales y los acuerdos de alcance parcial de complementación económica (ACE).

Participó en las negociaciones para el establecimiento del Área de Libre Comercio de las Américas (ALCA), iniciativa emprendida con miras a eliminar progresivamente los obstáculos al comercio de bienes y servicios entre 34 países del hemisferio occidental.

El principal objetivo comercial de Argentina en ese proyecto ha sido la reactivación del MERCOSUR tras las crisis regionales, la consolidación de la Zona de Libre Comercio (ZLC) y el perfeccionamiento de la Unión Aduanera, así como la concesión por el MERCOSUR de la condición de asociados a otros países de la región.

Habiendo fracasado en 2004 las negociaciones del ALCA, Argentina reorientó sus objetivos focalizándolos en la Unión de Naciones Suramericanas (UNASUR), iniciativa de alcance regional sudamericano promovida por Brasil y Venezuela.

3.5.2. *Brasil*

Brasil sostiene que mediante la integración económica regional se puede obtener un mayor y mejor acceso a los mercados para sus productos agrícolas. La promoción y diversificación de las exportaciones son instrumentos de política comercial que permitirán llevar adelante el fin perseguido por este país.

El país cree que la integración económica regional y la promoción y diversificación de las exportaciones son objetivos de política importantes. Sin embargo, Brasil no cree que los programas de integración regionales y de otro tipo sean un sustituto del sistema multilateral de comercio, sino un complemento.

En particular, considera esencial obtener un mayor acceso a los mercados para sus productos agrícolas a través de negociaciones multilaterales y regionales, procurando a la vez mantener instrumentos para promover el desarrollo en su sector manufacturero.

Brasil también trata de fortalecer las relaciones bilaterales que mantiene con países de la región y con otros interlocutores comerciales importantes como: la Unión Europea, India, Rusia, China y Sudáfrica.

En resumen, Brasil apoya firmemente el crecimiento del comercio sur-sur, al tiempo que reconoce la necesidad de normas más flexibles para los países en desarrollo a nivel multilateral. En la OMC, Brasil es partidario de fortalecer el trato especial y diferenciado y mejorar "la eficacia y el verdadero valor" de las disposiciones.

A escala regional, el principal objetivo comercial de Brasil ha sido completar el MERCOSUR, y otorgar la condición de asociado del bloque a otros países de la región como Chile, Bolivia y Perú.

En este contexto, Brasil tiene por objeto fortalecer la coordinación y convergencia de políticas e intereses en el plano regional, y crear un espacio económico más amplio en América del Sur (UNASUR). En el marco de las negociaciones del ALCA, Brasil luchó para conseguir mayor acceso a los mercados para sus productos agrícolas.

3.5.3. Chile

Chile es Miembro fundador del Acuerdo General sobre Comercio y Aranceles (GATT) y de la OMC. Los acuerdos multilaterales son parte integrante de la legislación de Chile, poseyendo rango de ley ordinaria.

El país ha participado activamente en el sistema multilateral de comercio. Participó en las negociaciones ampliadas sobre telecomunicaciones y servicios financieros y ratificó los Protocolos Cuarto y Quinto anexos al Acuerdo General sobre Comercio de Servicios (AGCS). Ha intervenido en once asuntos sustanciados en el marco del sistema de solución de diferencias de la OMC.

Los esfuerzos de Chile para seguir integrándose en la economía mundial también se ponen de manifiesto en su participación en varias iniciativas comerciales regionales y bilaterales.

Desde 1993, Chile ha concertado acuerdos de libre comercio con Bolivia, Venezuela, Ecuador, Canadá, Costa Rica, El Salvador y la Unión Europea y ha ampliado su acuerdo con México.

Ha negociado otros acuerdos con la Asociación Europea de Libre Comercio, Corea, Estados Unidos, China, Guatemala, Honduras, Nicaragua, Panamá, Colombia, India, Perú, Cuba, Japón, Australia, Malasia, Tailandia, Turquía, Vietnam y EFTA (integrantes: Islandia, Liechtenstein, Noruega y Suiza) Participó además en los grupos de negociación del Área de Libre Comercio de las Américas. En la actualidad se ha integrado a la UNASUR.

Chile tuvo la posibilidad de ser socio pleno del MERCOSUR ya que fue invitado a suscribir el Tratado de Asunción en 1991.

El país andino alegó que formar parte de dicho bloque económico no condecía con su estrategia de apertura comercial al resto del mundo y que limitaba su libertad para acceder a nuevos mercados.

Finalmente unos años más tarde, en 1996, se vinculó al MERCOSUR como miembro asociado.

Las principales razones que motivaron a Chile a “asociarse” al MERCOSUR fueron, entre otras:

- Lograr una mayor apertura comercial con el mercado más importante de Sudamérica,
- Tener acceso a un mercado de más de doscientos millones de habitantes que representaba aproximadamente un tercio del intercambio de éste país con los países miembros del bloque, y
- Una adecuada agenda de desgravación arancelaria con tratamientos especiales para los sectores más sensibles.

3.5.4. Paraguay

Paraguay se convirtió en parte contratante del GATT en 1994 y es miembro fundador de la OMC. Las principales preocupaciones del Paraguay se centran en la agricultura y el trato especial de los países en desarrollo sin litoral, con economías pequeñas y vulnerables.

A su vez es miembro fundador del MERCOSUR, al cual lo considera como un instrumento para superar las deficiencias estructurales. Dentro de este bloque, Paraguay ha buscado la adopción de medidas que reduzcan las asimetrías en la región.

El proceso de integración regional ha influido considerablemente en el desarrollo del comercio de Paraguay. La manera específica en que se finalice la unión aduanera incidirá fuertemente en el desarrollo de su economía. Paraguay otorga preferencias comerciales, entre otros, a los miembros asociados del MERCOSUR.

Participa en la ALADI y ha firmado acuerdos de alcance parcial con todos sus miembros. Dentro de la ALADI, ha concertado acuerdos de complementación económica con Colombia, Ecuador, México, Perú y Venezuela.

Como parte del MERCOSUR, se encuentra negociando acuerdos preferenciales con varios interlocutores comerciales dentro y fuera del hemisferio occidental. Las exportaciones de Paraguay reciben beneficios del Sistema Generalizado de Preferencias (SGP) en diversos mercados. También se ha beneficiado de diversas actividades de asistencia técnica organizadas en el marco de la OMC y de otros foros.

Participó muy tímidamente en las negociaciones del Área de Libre Comercio de las Américas y se ha integrado a la UNASUR como estrategia de ampliación regional del MERCOSUR.

3.5.5. Uruguay

En la década del noventa, Uruguay apostó fuertemente a la apertura comercial. Dicha decisión se plasmó principalmente en la participación en el MERCOSUR como socio fundador y en la estrategia económica de fomentar el comercio entre los socios como el instrumento más importante dentro de las políticas de comercio exterior.

Si bien el MERCOSUR ofrece un mercado inmensamente más extenso y rico en oportunidades que la limitada demanda interna uruguaya, la apertura comercial no se limitó a dicho bloque regional.

Uruguay como país principalmente agrícola, ha sugerido que la agricultura sea integrada plenamente en las normas del comercio multilateral eliminando los apoyos internos y los subsidios a la exportación, y al mismo tiempo, abriendo nuevas oportunidades de acceso a los mercados para los productos agrícolas.

Un ejemplo de esta intención es como desde el comienzo de la OMC, el país ha mantenido un programa activo de notificaciones, aunque en determinadas áreas como la agricultura, las subvenciones y medidas compensatorias, y las empresas comerciales del Estado, las notificaciones llevan cierto retraso.

Uruguay fue signatario del Acuerdo Internacional de la Carne de Bovino y del Acuerdo Internacional de los Productos Lácteos, ambos de carácter plurilateral y a los que se puso término a fines de 1997. Sin embargo, no es signatario de los demás acuerdos plurilaterales de la OMC.

Participó en el proceso de negociaciones del Área de Libre Comercio de las Américas (ALCA). Hoy es miembro activo de la UNASUR considerándola como una puerta a la integración regional a nivel sudamericano, ampliando el horizonte de oportunidades comerciales.

Es importante destacar que como el país no negocia acuerdos bilaterales o plurilaterales de manera independiente, sino que lo hace

generalmente a través del MERCOSUR, la decisión de firmar acuerdos de libre comercio requiere la aprobación por parte del bloque. Ello ha dejado algunas veces, relegado al país de posibilidades de apertura comercial bilateral. No obstante, dentro del marco indicado, ha concretado un TLC con México.

Otra forma de negociación desarrollada por Uruguay, de manera conjunta con el resto de los Estados Parte del MERCOSUR, son las negociaciones bilaterales como ser las realizadas con África del Sur, India y eventualmente China.

Por último cabe hacer referencia a la iniciativa de Acuerdo Marco sobre Comercio e Inversiones entre la República Oriental del Uruguay y los Estados Unidos de América.

El 25 de enero de 2007 se rubricó el acuerdo entre ambos países en el cual se deja constancia del deseo mutuo de promover un clima propicio para las inversiones así como expandir e intensificar el comercio recíproco de bienes y servicios.³⁷

3.6. Instituciones especializadas en promoción a las exportaciones

3.6.1. Argentina

Tal cual es expresado en su sitio Web oficial: “*la Fundación Export.Ar es una institución mixta integrada por el sector público y privado para asistir a la comunidad empresarial en sus esfuerzos por comercializar con eficacia sus productos competitivos en el plano internacional, con miras a acceder, ampliar y diversificar sus exportaciones.*”

Esta fundación cuenta con el apoyo del Ministerio de Relaciones Exteriores, Comercio Internacional y Culto a través de las 120 Embajadas, Consulados y las Secciones Económicas/Comerciales de las diferentes representaciones argentinas en todo el mundo.³⁸

El apoyo brindado por Export.Ar consiste, entre otras acciones, en:

- La provisión de información comercial (listados de importadores y oportunidades comerciales en el exterior) basada en inteligencia de mercados e investigaciones

³⁷ CEPAL; Uruguay y la Inserción Internacional; <http://www.eclac.org>; última consulta 02/03/09

³⁸ Export.ar; <http://www.exportar.org.ar/>; última consulta 28/03/09

- La preparación y coordinación de la participación de empresas argentinas en ferias internacionales
- La organización de viajes de negocios, misiones comerciales y rondas internacionales de compradores
- La organización de las semanas de promoción argentina en centros consumidores del exterior
- La asistencia al acceso de las PyMEs a los mercados internacionales a través de la conformación, organización y coordinación de grupos o consorcios sectoriales de exportadores
- La capacitación sobre el negocio exportador (en especial para PyMEs)

Como muestra del trabajo realizado por esta institución, en 2005, Export.Ar coordinó la participación de empresas argentinas en 54 ferias internacionales, organizó 22 rondas de negocios, 15 misiones comerciales y 62 agendas de negocios, dictó 121 cursos y seminarios, y ayudó a conformar 11 grupos exportadores adicionales a los 31 existentes en 2004.

A través de Export.Ar las empresas extranjeras pueden obtener:

- Acceso a proveedores de productos y servicios de Argentina
- Información concerniente a la aplicación de aranceles y normas de comercialización
- Información de la situación macroeconómica del país, estadísticas, etc.

3.6.2. Brasil

La Agencia de Promoción de las Exportaciones (APEX) fue creada en 1997 como departamento del Servicio Brasileño de Apoyo a las Microempresas (SEBRAE). La APEX está encargada del fomento de las exportaciones en Brasil, prestando especial atención a las pequeñas y medianas empresas.

Por ley se autorizó al Gobierno brasileño a establecer una agencia de promoción del comercio que siguiera las normas por las que se rige el sector privado, lo cual dio lugar a la creación de la APEX Brasil, servicio social autónomo encargado de aplicar las políticas de promoción de las exportaciones, en coordinación con las entidades públicas y de conformidad con las políticas de desarrollo nacional, en particular, las relativas a la industria, el comercio, los servicios y la tecnología.

El principal objetivo de la APEX Brasil es aumentar y diversificar las exportaciones brasileñas. La APEX Brasil está encargada de centrarse especialmente en las actividades de exportación que pueden favorecer a las pequeñas empresas y a la creación de empleo.

Según su sitio Web oficial, actualmente Apex Brasil se encuentra ejecutando cerca de 326 proyectos con entidades de clases representativas de 61 sectores de la industria y servicios.

La Agencia viene contribuyendo con los excelentes resultados de la balanza comercial por medio de la diversificación de la pauta exportadora, apertura de nuevos mercados, consolidación y ampliación de los mercados tradicionales y, particularmente, del crecimiento notable en las ventas de ítems con mayor valor agregado.³⁹

Los principales objetivos de Apex Brasil, tal cual son establecidos por sus órganos directivos son:

- Identificar vocaciones productivas regionales
- Fortalecer las entidades de clase
- Realizar estudios y prospecciones de mercado
- Firmar acuerdos de cooperación con redes internacionales
- Realizar grandes eventos, teniendo a Brasil como tema
- Insertar nuevas empresas en el mercado internacional
- Promover encuentros de negocios con importadores
- Ejecutar/coordinar eventos internacionales: misiones comerciales, ferias, encuentros de negocios
- Promover la imagen de Brasil

La APEX Brasil presta apoyo a los proyectos sectoriales integrados, los proyectos multisectoriales, los proyectos de formación de consorcios (asociación de empresas con un objetivo de exportación) y los proyectos aislados, y desarrolla sus propios proyectos.

La APEX Brasil puede recibir propuestas del SEBRAE, las instituciones públicas, las entidades privadas sin fines de lucro, las asociaciones sectoriales o regionales y las cooperativas.

³⁹ Apex Brasil; http://www.apexbrasil.com.br/portal_apex/; última consulta 27/3/2009

Se concede ayuda, principalmente, a las actividades y operaciones que contribuyen a mejorar las exportaciones brasileras, incluidos los seminarios y los talleres, los estudios de mercado, la capacitación, la comercialización y publicidad, el cumplimiento de criterios, y la participación en ferias en el extranjero.

La APEX Brasil presta ayuda mediante la co financiación de proyectos, que, por lo general, se limita al cincuenta por ciento del valor total, pero que puede ascender hasta el setenta y cinco por ciento en el caso de los proyectos que se consideren de interés social especial.

Entre mayo de 1998, fecha en que la APEX comenzó a funcionar al amparo del SEBRAE, y finales de agosto de 2004, se aprobaron 431 proyectos, de los cuales 297 ya se habían finalizado y 134 estaban en curso.

Las esferas abarcadas por los proyectos comprenden: productos alimenticios y bebidas, muebles, textiles y vestido, maquinaria y equipos de construcción, artículos audiovisuales, e introducción en los mercados internacionales.

En el mismo período, la APEX invirtió 152,9 millones de dólares americanos (un promedio de 350.000 dólares por proyecto), mientras que sus socios cofinanciadores aportaron 191,3 millones de dólares.

3.6.3. Chile

La Dirección de Promoción de las Exportaciones y Ayudas a la Comercialización (Pro Chile), que forma parte del Ministerio de Relaciones Exteriores, fue creada en noviembre de 1974.

Pro Chile tiene en marcha diversos programas con el fin de ampliar la base exportadora del país y aumentar la competitividad de sus exportaciones.

La labor de Pro Chile, tal cual es descrita en su sitio Web oficial *“se basa en cuatro conceptos fundamentales: el apoyo a la pequeña y mediana empresa en su proceso de internacionalización; el aprovechamiento de las oportunidades que generan los Acuerdos Comerciales que tiene el país; la asociatividad público-privada y el posicionamiento de la imagen de Chile en otros mercados.”*

Entre sus actividades se incluyen organizar congresos, seminarios y eventos comerciales relacionados con las exportaciones, así como facilitar información comercial específica y estudios de mercado a quienes lo soliciten.

Pro Chile cuenta con sesenta y nueve oficinas y representaciones comerciales en todo el mundo, así como quince oficinas en las principales regiones de Chile.

El objetivo de las oficinas en territorio chileno es trabajar en la identificación de la oferta exportable regional con el fin de generar planes de promoción comercial y apoyar a las empresas regionales en la prospección, penetración y permanencia en los mercados extranjeros.

A su vez, conjuntamente con el gobierno regional, el sector privado, universidades y otras instituciones contribuyen a promover la internacionalización de las regiones y a potenciar el aprovechamiento de la red de acuerdos comerciales.

Entre las líneas de servicios de PRO CHILE se encuentran:

- Servicios de información:

- Brinda asistencia sobre normativa
- Apoyo sobre procedimientos para exportar (“exportar paso a paso”)
- Aranceles y acuerdos comerciales con distintos países

- Servicios de asesoría:

- Sobre ferias y misiones internacionales
- Mercados y tendencias de los negocios en el exterior
- Coaching empresarial

Diversas organizaciones del sector privado, como la Asociación de Exportadores de Chile (ASOEX) y la Asociación de Exportadores de Manufacturas (ASEXMA), han elaborado también para sus miembros medidas de creación de capacidad para promover las exportaciones.

Además, Chile cuenta con un Centro de Comercio dentro de la Red Mundial de Centros de Comercio.

3.6.4. Paraguay

La Dirección General de Promoción de las Exportaciones e Inversiones (PROPARAGUAY) era la única institución gubernamental encargada directamente de la promoción de las exportaciones.

Sus principales actividades consistían en suministrar información comercial y de mercado.

En su Estrategia Nacional de Exportación, el Ministerio identificó actividades tales como la diversificación de los mercados de exportación, la mejora del régimen jurídico de las inversiones relacionadas con la exportación, y el llevar a cabo estudios para fomentar la elaboración de las materias primas y acrecentar el valor añadido de las exportaciones como elementos importantes de esta estrategia.

Se buscó además establecer un régimen de promoción de las exportaciones de productos no tradicionales y manufacturados que añadieran valor a materias primas nacionales o importadas. Sin embargo esto nunca entró en vigor en la práctica.

Por estos motivos el Poder Ejecutivo ha establecido en el Ministerio de Industria y Comercio (MIC) una estructura pequeña y especializada para implementar las acciones, con dedicación exclusiva a la implementación del Plan Nacional de Exportación. Esta dependencia se denomina RED DE INVERSIONES Y EXPORTACIONES (REDIEX Paraguay).⁴⁰

Son las funciones principales del Equipo Técnico de REDIEX Paraguay:

- Brindar soporte para la Reactivación Económica
- Facilitar la logística de las mesas y de los foros sectoriales público-privados
- Definir los reglamentos con los cuales funcionarán las mesas, los convenios y el flujo de información entre las mesas y REDIEX Paraguay
- Buscar y dar seguimiento directo a la gestión de inversiones nacionales y extranjeras que implique una negociación de alto nivel con el Gobierno Nacional
- Coordinar las acciones con las otras dependencias dentro del Ministerio de Industria y Comercio, y de otras organizaciones (públicas y privadas) implicadas en las exportaciones y las inversiones
- Instalar un tablero de control para el control y seguimiento de las metas del Plan Nacional de Exportación
- Informar permanentemente al Ministro de Industria y Comercio de los avances y planes de acción, y elaborar bimensualmente el informe de monitoreo al Presidente de la República, donde se consignan los avances del cumplimiento de las metas de REDIEX Paraguay

⁴⁰ Plan Nacional De Exportación Construyendo El Desarrollo Sustentable Para El Paraguay, 2008; [http://www.REDIEX Paraguay.gov.py](http://www.REDIEX.Paraguay.gov.py); última consulta 30/03/09

- Articular acciones en materia de apertura de mercados, focalizados en los sectores meta, a través de negociaciones comerciales internacionales
- Apoyar misiones oficiales al exterior que tengan relación con exportaciones e inversiones

3.6.5. Uruguay

Las principales instituciones encargadas de la promoción de las exportaciones son:

- El Ministerio de Relaciones Exteriores a través de su Dirección de Programación Comercial
- El Ministerio de Ganadería, Agricultura y Pesca
- El Ministerio de Industria, Energía y Minería mediante la Dirección Nacional de la Pequeña y Mediana Empresa (DINAPYME)
- El Instituto de Promoción de la Inversión y las Exportaciones de Bienes y Servicio (Uruguay XXI)
- El Laboratorio Tecnológico del Uruguay (LATU)

La Dirección de Programación Comercial del MRREE coordina la promoción del comercio en el Uruguay. Ha elaborado un sistema de inteligencia y programación comercial que actúa como ventanilla única suministrando informaciones recibidas de las misiones diplomáticas y consulares del Uruguay en el exterior.

Procura acrecentar y diversificar las exportaciones de Uruguay buscando nuevos destinos a fin de evitar la excesiva dependencia respecto de la región, y presta asistencia a las PyMes para iniciar actividades internacionales.

Los servicios que presta la Dirección de Programación Comercial incluyen:

- El suministro de informaciones sobre mercados y sobre empresas extranjeras
- El suministro de información a empresas extranjeras sobre la economía y los productos del Uruguay
- La programación y organización en el exterior de misiones comerciales y rondas de negocios

- La ayuda a empresas uruguayas para que participen en ferias comerciales del exterior

La DINAPYME del Ministerio de Industria, Energía y Minería (MIEM) tiene a su cargo planificar, coordinar y adoptar medidas para la promoción y el desarrollo de artesanías y medianas empresas.

El MIEM también es la entidad nacional con que la ONUDI ejecuta su plan bienal de Apoyo al Sector de Pequeñas y Medianas Empresas para Facilitar el Acceso a los Mercados de Exportación, iniciado en mayo de 2005.

El LATU también desempeña un papel en la promoción de las exportaciones:

- Administra y aplica los regímenes de admisión temporaria y devolución de impuestos
- Controla la calidad de las exportaciones
- Fomenta el uso de la tecnología en el país
- Suministra información comercial y sobre obstáculos al comercio en el extranjero (aranceles)
- Organiza ferias y exposiciones comerciales

Además, desde 2003 los exportadores también tienen acceso, a través del LATU, al sistema denominado "Alerta Exportador". El sistema da acceso a cualquier empresa a informaciones sobre las normas y reglamentos técnicos en vigor en el país de destino.

El Instituto de Promoción de la Inversión y las Exportaciones de Bienes y Servicios Uruguay XXI, es una compañía de servicios que ayuda a las empresas uruguayas a realizar negocios internacionales desarrollando programas destinados a mejorar su competitividad y facilitando información de mercados, y a empresarios de otros países interesados en realizar negocios con el Uruguay, en su territorio o a través de él y en la región.

La Cámara de Comercio a través del Departamento de Comercio Exterior de la Cámara brinda a los socios:

- Asesoramiento en operaciones de comercio internacional
- Organización de misiones comerciales
- Base de datos normativa y documental de comercio exterior
- Reseña anual de comercio exterior de Uruguay
- Seminarios internacionales

- Apoyo y promoción de las exportaciones de servicios
- Publicación de oportunidades comerciales y ferias internacionales
- Análisis de mercado

Asimismo, la Cámara ha promovido la creación del Comité de Exportaciones de Servicios para aunar esfuerzos entre el sector público y privado en todo lo relativo al sector. Por último, en 2007, se ha desarrollado el Premio Nacional a los Exportadores de Servicios. Es organizado por la Cámara Nacional de Comercio y Servicios del Uruguay y el Comité de Exportaciones de Servicios, con el apoyo del Centro de Comercio Internacional (UNCTAD – OMC).

Otras instituciones relevadas de promoción a las exportaciones

De este grupo de instituciones entendemos, que si bien pueden llegar a ser de gran utilidad, las mismas son de un alcance más reducido que las antes analizadas. Entendemos igualmente que al tener fines relevantes para nuestro objeto de estudio haremos un breve resumen de ello.

Una de las instituciones que brinda ayuda al exportador es la Unión de Exportadores. Esta surgió en el año 2006 con el objetivo de promover ventajas competitivas a través de la generación de conocimiento.

Busca desarrollar y aplicar conocimiento a través de las universidades y las empresas. Su centro de acción está en investigaciones enfocadas al sector exportador: estructura exportadora, competitividad a nivel macro y macroeconómico, inserción internacional, políticas públicas, innovación, logística y emprendurismo.

Exporta Fácil es un programa que promueve la exportación de pequeñas empresas, opera en la Dirección Nacional de Aduanas. Este es un sistema integral de exportación simplificada por vía postal, que funcionará como un canal accesible para la exportación de las Mipymes, orientado al desarrollo de nuevas oportunidades empresariales.

Dicho sistema permitirá exportar sus productos de una manera segura, sencilla y rápida, reduciendo los trámites burocráticos, así como los elevados costos logísticos y de transporte que hasta hoy dificultaban al micro y pequeño empresario embarcarse en una actividad de este tipo.

El programa de Internacionalización de la Cámara de Industria aporta las herramientas necesarias para que cada empresa pueda recorrer de forma gradual y segura, su proceso de internacionalización.

Los principales puntos de apoyo de la cámara para el sector exportador son los siguientes:

- Programa de Desarrollo de Nuevos Exportadores
- Grupos de Promoción de Exportaciones
- Agendas de Negocios
- Misiones Comerciales
- Exposición en Ferias Comerciales

EMPRETEC nace en el año 2002 como resultado de la aprobación del proyecto de “Desarrollo de Consorcios de Exportación” presentado al Banco Interamericano de Desarrollo.

La metodología empleada, incluye los siguientes componentes:

- Ejecutar y promover acciones tendientes a alcanzar un elevado grado de asociativismo entre todos los integrantes de un rubro e incluso de la cadena
- Constitución y fortalecimiento de grupos de micro, pequeñas y medianas empresas con potencial exportador
- Adecuación y consolidación de la oferta exportable
- Creación de una organización comercial sostenible, propiedad de los grupos de productores beneficiarios del proyecto
- A los grupos de productores se le asigna un “facilitador”, un profesional calificado que los apoya en identificación de áreas a mejorar, a generar planes de acción anuales, elaborar planes estratégicos y a definir todas las áreas de actividad que permitan adecuar y consolidar la oferta exportable
- El Departamento de Inteligencia de Mercados de Proex confecciona un plan de exportación anual, el cual incluye hasta seis mercados de alta prioridad
- Apoya al grupo en el desarrollo de herramientas de comunicación: sitios Web, Catálogos, folletería y estrategia de promoción, que mejoren el posicionamiento en el mercado internacional
- El Departamento Comercial de Proex contacta clientes, arma las operaciones de exportación, colabora en la logística y asesora a los grupos en todos los aspectos que hacen a una operación de exportación

Proexport es un programa de EMPRETEC que apunta a apoyar a las pequeñas y medianas empresas exportadoras o con potencial de exportación para prepararlas hacia futuras exportaciones, aumentar sus exportaciones y

diversificar los mercados internacionales a través del cofinanciamiento de actividades de promoción.

Busca articular y complementar en todos los casos donde sea posible las ofertas de otros programas e instituciones en el ámbito de la promoción de exportaciones.

El Programa coordina las actividades internacionales con Uruguay XXI y organismos e instituciones que trabajan en este campo. Por ejemplo: Cancillería, Cámara de Industria, Unión de Exportadores, Euro centros, Eurocámara etc.

3.7. Resultados y particularidades del comercio en los últimos años

Se puede afirmar que desde la crisis que experimentó la región a comienzos de la presente década, se comenzó luego un camino de crecimiento en las exportaciones tanto a nivel regional entre socios del MERCOSUR como a nivel extra región con el resto del mundo.

Si bien desde 2003 las exportaciones de la región crecieron a mayor ritmo que el comercio mundial con lo que se puede argumentar a favor del dinamismo presentado en materia de exportaciones, ante un escenario donde es cada vez más probable que la crisis internacional repercuta en nuestra región, la incertidumbre respecto a la continuidad dentro de este camino es cada vez más incierta.

Flujos totales de comercio de bienes en los países del MERCOSUR y Chile en millones de dólares

EXPORTACIONES	2005	2006	2007	Var (%) 2007/2006
ARGENTINA	40.387	46.083	55.933	21,4
BRASIL	118.308	137.470	160.619	16,8
CHILE	39.000	60.000	68.296	13,8
PARAGUAY	1.688	1.906	3.048	59,9
URUGUAY	3.417	3.952	4.612	16,7

(*) Los datos para el año 2008 aún no se encuentran disponibles.

Los países analizados poseen, en los últimos años, destinos comunes en cuanto a cuales han sido sus mercados de destino más usuales: China, Norte América, la Unión Europea y Venezuela.

En el caso argentino en particular, se priorizó al MERCOSUR como destino comercial, alcanzando un mayor crecimiento en cuanto a las exportaciones, siendo las manufacturas el principal rubro. Se debe destacar que es el único socio del bloque que aunque sea por un breve período alcanzó una balanza comercial favorable con Brasil.

En Brasil, el ritmo de las exportaciones ha seguido creciendo, logrando incrementar sus ventas tanto a la región como a los países de extra región. Sin embargo, la mayor parte de las exportaciones son productos semi manufacturados. Otros productos como materias primas aumentaron también el valor de las exportaciones finales, explicado en gran medida por el incremento en los precios internacionales.

Paraguay, luego de varios años de caídas, logró un incremento en sus exportaciones. Los rubros agrícolas explican en gran parte este crecimiento, especialmente los destinados a la Unión Europea y el sur este de Asia.

En nuestro país crecieron las exportaciones en 2006, 2007 y 2008 aunque cada vez a menores tasas. Se debe mencionar también que el crecimiento de las exportaciones se explica por incremento en unidades físicas ya que en los últimos meses los valores se han estancado o han caído.

Los principales socios comerciales de Chile se encuentran en proceso de crecimiento, algunos incluso a ritmos acelerados, como ejemplo debemos mencionar el caso de China. Adicionalmente, los precios internacionales de commodities resultaron ventajosos para Chile, principalmente en lo que se refiere al cobre.

Al profundizar en la actuación de las exportaciones chilenas, es fundamental detenerse en el destino de las mismas. No es menor el dato que el 80,7 por ciento de las ventas externas fueron destinadas a un país o bloque económico con el que Chile tiene acuerdos comerciales vigentes y que un 10,5 por ciento de las mismas se concertaron con países o bloques económicos con los que se tienen acuerdos en proceso de negociación.

4. Trabajo de campo

4.1. Justificación de la metodología utilizada

Para la etapa de recolección de datos de nuestra investigación hemos decidido comenzar por realizar un análisis cualitativo mediante el estudio de casos específicos.

La importancia de la investigación cualitativa recae en el énfasis que se debe realizar en la descripción y en la comprensión de fenómenos complejos.

En este caso se investigan particularmente las relaciones y patrones entre los factores en los que determinada actividad transcurre. Entendemos que debemos concentrarnos en la comprensión plena de las múltiples y diversas dimensiones del objeto de estudio.

Los métodos cualitativos son útiles no sólo para dar ricas explicaciones de fenómenos complejos. Además lo son para la creación de bases conceptuales que sirvan para aclarar el tema analizado.

Por otra parte, el valor de la investigación cualitativa consiste en la validez de la información recibida. Las personas entrevistadas serán minuciosamente seleccionadas con el fin de que los datos obtenidos sean correctos y creíbles.

Asumimos entonces como desventaja al seleccionar esta metodología que el pequeño grupo de personas entrevistadas no puede tomarse como representativo.

En lo relativo a como procederemos en la aplicación de la metodología seleccionada nos remitiremos, a lo indicado por la cátedra de Metodología de la Investigación de nuestra facultad.

No existen reglas formales (al estilo de los métodos estadísticos) para la realización de análisis cualitativos. Sin embargo estos estudios suelen realizarse en las siguientes cuatro etapas:⁴¹

1. Preparación y descripción del material bruto

- En esta etapa se diseñaron las entrevistas y se definió quienes serían los entrevistados

⁴¹CCEE; <http://www.ccee.edu.uy/ensenian/catmetinvcont/material/PPT%20Parte%207%20Analisis%20de%20los%20datos-1.pdf>; última consulta 10/04/2009

2. Reducción de los datos

- Se realizará una redacción y sistematización de resúmenes de las entrevistas.

3. Elección y aplicación de los métodos de análisis

- Se interpretan los datos obtenidos y ordenados en las etapas anteriores

4. Análisis transversal de los casos estudiados

- Procederemos a comparar cada caso para determinar, si existe un patrón dentro del grupo analizado y resaltar las particularidades de cada uno.

4.2. Justificación de la fuente de recolección de datos

Existen variados métodos de recolección de la información. Desde simples preguntas, utilización de cuestionarios predefinidos, análisis de publicaciones especializadas, estadísticas estatales, etc.

Se consideró pertinente la utilización de la entrevista abierta como instrumento central para el análisis del trabajo de campo, debido a que se trata de una investigación cuyo objeto de estudio no está constituido por un grupo homogéneo de sujetos u objetos.

La entrevista abierta permite recoger información proveniente de objetos y sujetos distintos que luego puede ser sistematizada con la finalidad de realizar un análisis enriquecido por los diferentes aportes del estudio de cada caso.

Cabe destacar que la utilización de una entrevista cerrada, si bien facilitaría la sistematización de la información recolectada, nos privaría de obtener las opiniones de quienes participan del proceso exportador en todas sus dimensiones.

En resumen, la utilización de la entrevista abierta permite incorporar al presente trabajo de investigación aquellos aspectos particulares surgidos del estudio de cada caso. Ello brinda al análisis dimensiones que escaparían en el caso de aplicar instrumentos cerrados.

Por último pero no menos importante, se debe destacar que la introducción de otros instrumentos tales como los diferentes tipos de observación, carece de fundamento teórico en el presente trabajo.

4.3. Cuestionario para empresas

4.3.1. Datos de la Empresa

- Nombre
- Tipo societario
- Agropecuaria / Industrial / Servicios
- Giro de la empresa
- Antigüedad de la empresa
- ¿A que países exporta?
- ¿Cuál es el/los productos que exporta?
- Volumen de exportación, que porcentaje tienen éstas en las ventas totales de la empresa

Estos datos nos ayudarán a dar una idea del perfil de la empresa entrevistada. Ya que creemos que para empresas más pequeñas las instituciones que proveen financiamiento, asesoramiento sobre mercados extranjeros y ayuda al exportador en el proceso y los trámites de comercio exterior serán las más útiles.

En cambio para empresas más grandes creemos que tendrán una mayor necesidad de utilizar Zonas Francas, Draw Back, Admisión Temporal y otras formas similares. De esta manera podrían lograr una mayor competitividad respecto a empresas del mismo ramo en el resto del mundo.

Con la respuesta a este grupo de preguntas veremos si las exportaciones realizadas por las empresas son dirigidas a mercados con los cuales el país tiene acuerdos comerciales. O si poseen algún acuerdo aunque sea de carácter parcial por el cual tengan algún beneficio en el país importador.

4.3.2. Acerca de los mecanismos utilizados para beneficio de sus exportaciones

- ¿La empresa se encuentra beneficiada por algún mecanismo de protección?
- ¿Utiliza habitualmente algún mecanismo de promoción de las exportaciones, ya sea: Draw Back, Admisión Temporal, Toma de Stock?
- ¿Cree que son beneficiosos al momento de exportar?
- ¿Realiza sus operaciones utilizando franquicias aduaneras, ya sea zona franca, depósito aduanero, puerto libre y/o tránsito?
- ¿Utilizan financiamiento preferencial para exportadores?
- ¿Esta beneficiado por algún acuerdo preferencial?
- ¿En su giro existe algún estímulo fiscal? ¿Cuál?

Luego de haber analizado en el Capítulo 3 una variada gama de mecanismos de promoción de las exportaciones existentes, se busca ver con este grupo de preguntas si las empresas utilizan finalmente alguna de las formas de promoción provistas por cada país o si bien las mismas por problemas de falta de información o por falta de adecuación a las necesidades de los exportadores carecen de utilidad para los mismos.

Se busca también evaluar el conocimiento del empresario o encargado de comercio exterior sobre los mecanismos existentes y su opinión sobre los mismos. De esta forma podremos despejar dudas en el caso de que hubiera mecanismos que no son utilizados. Así también podremos distinguir si es por falta de conocimiento o por falta de interés de parte del interesado.

Será particularmente interesante ver en los casos que hay una intencionalidad manifiesta por parte de algún país en promover con un determinado mecanismo, ver si esto finalmente en la práctica es utilizado regularmente por las empresas a las cuales fue dirigida esta ayuda.

Es fundamental conocer cual es la visión que tienen las personas vinculadas al comercio exterior respecto a este tipo de elementos, ya que los mismos pueden resultar muy buenos pero difíciles de acceder o los plazos para hacerse del beneficio muy largos.

4.3.3. Opinión del empresario / responsable de área sobre los mecanismos existentes

- ¿Qué instituciones de promoción de exportaciones conoce?
 - ¿Resultó su colaboración de utilidad?
 - ¿Ayudó a mejorar su volumen de exportación, precios, etc.?
 - Puntos débiles, que deberían ser mejorados (en caso de haber)
- ¿Qué otros instrumentos cree que deberían desarrollarse en nuestro país para mejorar la promoción de las exportaciones?
- ¿Conoce instituciones o mecanismos de otros países de la región para promover exportaciones?
- ¿Cree que respecto a la región tenemos mejores o peores instrumentos de promoción?

En la primera pregunta, entendemos que es sumamente importante evaluar el alcance real que las instituciones analizadas puedan llegar a tener en forma efectiva en el exportador. Es decir, que tan presentes están en su público objetivo (por mejor que funcionen si no se conocen, no serán de gran utilidad).

Es más importante aún, en los casos que el responsable del área de comercio exterior de la empresa tenga algún vínculo con una organización de promoción comercial, ver que tan útil resulta y por sobre todo en que se refleja esta ayuda. Es decir en un mejor volumen alcanzado o en acceso a mercados que ofrecen mejores precios, etc.

También consideramos importante conocer su opinión sobre otros métodos que le puedan llegar a resultar útiles y no tiene a su alcance, o si conoce mecanismos de algún otro país que en el suyo no existen pero que a su entender le podrían facilitar su labor.

De poder acceder a entrevistados que tuvieran un panorama amplio y tengan conocimiento del funcionamiento de instituciones de otros países, ver si la opinión de estos es mejor o peor de la que utiliza en su empresa.

4.4. Cuestionario para instituciones uruguayas y extranjeras dedicadas a la promoción de las exportaciones

4.4.1. Datos de las Instituciones

- Nombre de la institución. (Preguntar además país de origen para el caso de oficinas extranjeras en Uruguay)
- ¿Cuántos años tiene de actividad?
- ¿Es una institución pública, privada o mixta?
- ¿De quien depende jerárquicamente? - (para el caso de instituciones públicas). Ej. en Uruguay, la DPC depende del MREE
- ¿Cuales son las fuentes de su financiamiento? (Estatales, de donaciones de gobiernos extranjeros, organismos internacionales, aportes de privados, etc.)
- ¿Cuál es su presupuesto a nivel global? (es decir para las oficinas de cada organismo en todo el mundo)
- ¿En que otros países tienen oficinas? (Solamente para los casos de organismos de representación comercial)

En este caso se busca tener un conocimiento amplio sobre la institución a entrevistar. El objetivo es poder visualizar más allá de lo que se pudo investigar, que tipo de recursos manejan como organización.

También haremos hincapié en el análisis de la tradición que tiene la institución a fin de evaluar los casos en que se aplican políticas de largo plazo o si son instituciones de creación reciente donde las actividades de apoyo que lleva a cabo no tienen aún un arraigo muy importante, independientemente de que puedan tener buena acogida desde un principio por el sector exportador.

Es relevante en nuestra opinión determinar también si son instituciones con financiamiento público o privado. De esta forma veremos en parte el compromiso puesto por el estado con estos emprendimientos, ya que independientemente de lo que puedan aportar privados, fundaciones, etc., se entiende que la promoción comercial debería ser una política de estado.

Por último creemos que si el rol de la institución consultada se concentra, o bien en forjar la imagen país, o bien por el análisis de mercado, o por la promoción de productos en el exterior, es fundamental contar con un fuerte representación en el extranjero. Si los fines son más cercanos a generar capacidades y brindar asesoría podría justificarse el hecho de contar con pocas oficinas fuera de país.

4.4.2. Acerca de las Instituciones: fines y metas

- ¿Los fines de la institución son explicitados en algún documento, ley, carta orgánica, etc.?
- ¿Tiene una visión y misión explícita? (ver que correspondan con los fines explícitos y con las actividades finalmente llevadas a la práctica)
- ¿Cual es el centro de su actividad? – ver que corresponda el centro de la actividad “real” con lo planteado en su misión, visión, etc.
- ¿Que tipo de servicios brinda? (sobre logística de comercio exterior, análisis de mercados, acuerdos comerciales, etc.)

Consideramos relevante determinar si los objetivos y metas de las instituciones responden a una estrategia previamente definida del país de dirigir las exportaciones en un sentido. O si bien la actividad se dirigió hacia donde se encuentra hoy en día por pedido de sectores o por intereses particulares de los gobiernos de turno.

4.4.3. Opiniones del entrevistado

- ¿Qué otros instrumentos cree que deberían desarrollarse en nuestro / su país para mejorar la promoción de las exportaciones?
- ¿Considera que existen nichos de mercado o mercados a los cuales tiene posibilidades de ingresar o aumentar su volumen de ventas y el mismo se encuentra subdesarrollado?
- ¿Considera adecuada la estructura y los recursos destinados de acuerdo a los fines buscados?
- ¿Considera que el MERCOSUR sirvió de ayuda a potenciar su desempeño?

Incluimos estas preguntas ya que entendemos que este tipo de entrevistados nos podrán aportar comentarios muy valiosos en función de la experiencia y formación específica con la que deben contar.

Es fundamental el aporte que podamos obtener del personal interno respecto a la adecuación de los recursos destinados en función de los objetivos establecidos. Así como su opinión respecto a puntos tan importantes tales como la estrategia de internacionalización de cada uno de los países, el MERCOSUR, la existencia de nichos u oportunidades no suficientemente explotadas.

4.5. Descripción de la muestra

ENTREVISTAS CONTACTADAS						
	Argentina	Brasil	Chile	Paraguay	Uruguay	Total
Empresas	10	7	12	20	15	64
Instituciones	3	3	3	3	7	19
Total	13	10	15	23	22	83

ENTREVISTAS CONCRETADAS						
	Argentina	Brasil	Chile	Paraguay	Uruguay	Total
Empresas	3	0	1	0	7	11
Instituciones	0	0	1	1	2	4
Total	3	0	2	1	9	15

Entendemos que la cantidad de entrevistas realizadas no abarca una gama tan extensa como para hacer ningún tipo de generalización, sin embargo creemos que tiene trascendencia a los efectos de ilustrar muchos aspectos que son analizados en este trabajo.

Además cierto tipo de aspectos deben ser matizados por el tipo de empresas que pudieron ser relevadas. Debe considerarse que no se tuvo oportunidad de seleccionar empresas de tamaños uniformes.

Esto en parte podría explicarse debido a que en nuestro país existe cierta tendencia a que las exportaciones surjan de organizaciones de cierto tamaño, en tanto en Chile y Argentina no es tan marcada esa tendencia.

Igualmente en los pocos casos estudiados se pueden ver reflejadas diversas situaciones que manifiestan varios puntos analizados. Según nuestro criterio son de suma importancia para entender parte de la situación de estas empresas.

Por último lamentamos no poder contar con ningún testimonio de empresas brasileras ni paraguayas a pesar de haber realizado múltiples consultas. De todas formas decidimos compensar esta carencia con mayor investigación bibliográfica.

4.6. Análisis de las entrevistas

4.6.1. Entrevistas a empresas

Del total de empresas entrevistadas, salvo un caso, son sociedades anónimas con diferentes giros, entre ellos artesanales, de servicios, industriales y agropecuaria.

Con una variada gama de antigüedad que va desde los dos hasta noventa años. El tamaño de las mismas se clasifica entre pequeño y mediano, ya que casi ninguna cuenta con más de doscientos empleados.

Debemos resaltar, que en todos los casos las empresas cuentan con un sector específico dedicado al área de comercio exterior, y las mismas cuenta con personal capacitado.

Dado los recursos humanos calificados disponibles en área de comercio exterior de las empresas de nuestro país, nos resulta difícil comprender las importantes carencias de información relativas a los temas tratados en el capítulo 3.

La exportaciones realizadas por las empresas entrevistadas se dirigen principalmente a los siguientes países: Estados Unidos, Argentina, Japón, Hong Kong, Australia, Brasil, Bolivia, Paraguay, Chile, Colombia, Ecuador, Venezuela, Panamá, Costa Rica, Puerto Rico, Guatemala, El Salvador, Nicaragua, Honduras, España, Sudáfrica, Rumania, Cuba, China, México, Rusia, Portugal, Suecia, República Dominicana, Bahamas.

Del análisis de las empresas en estudio surgió que generalmente se desconoce la existencia de acuerdos comerciales que potencialmente podrían beneficiar las exportaciones que las mismas realizan.

De la mayoría de las empresas, podemos destacar que exportan casi la totalidad de los productos que comercializan. Sin embargo hay empresas que también apuntan al mercado interno con diferente grado de énfasis.

Según lo que pudimos relevar la Admisión Temporaria es el mecanismo más utilizado por las empresas uruguayas. Dentro de las empresas entrevistadas no encontramos ninguna que utilizara Toma de Stock, y solo una de ellas utiliza Draw Back.

Tampoco encontramos ninguna empresa que utilizara puerto libre y depósito aduanero y en un solo caso se utiliza zona franca de Florida. En los casos analizados de las empresas argentinas, se mencionó que mecanismos como el Draw Back o reintegros a la exportación, generalmente se tarda meses en recibir el crédito fiscal.

Respecto a la utilización de la forma de financiamiento existente en Uruguay, la mayoría hace uso de financiamiento regulado por el BCU. Por el contrario las restantes no utilizan ninguna forma de financiamiento.

Esto resulta bastante entendible ya que en nuestro país son conocidas las dificultades de acceso a créditos para la gran mayoría de las empresas. Se debe tener en cuenta además que posee ciertas ventajas, debido a que la mayoría de las empresas entrevistadas no superan los cinco millones de dólares americanos y/o pertenecen al sector textil/vestimenta.

Para los casos de las empresas argentinas se mencionó que no acceden a ningún tipo de financiamiento para exportadores. La empresa chilena sin embargo lo destacó como un punto fundamental dentro del apoyo recibido.

En materia tributaria, por lo general todas las empresas consideran como aspecto positivo los reintegros de impuestos directos e indirectos. Sin embargo en el caso de las empresas argentinas se incurrió usualmente en largos plazos hasta el cobro de los mismos.

De todas las empresas uruguayas consultadas, la mayoría coincide en que conoce a la Cámara de Comercio, Unión de Exportadores y Cámara de Industria. En casos particulares los entrevistados destacaron conocer la Cámara Uruguaya de Tecnología Informática y Promo Export del LATU.

Gran parte de los entrevistados coincide en que estas instituciones son de utilidad. Algunos destacan que abren nuevos mercados, ayudan a defender los precios y permiten presentar propuestas para mejorar aspectos fiscales y/o financieros con la finalidad de incrementar los negocios.

Nos llamó poderosamente la atención que ninguna empresa mencionó en algún momento a Uruguay XXI como una fuente de ayuda a su desempeño exportador.

Para la empresa chilena consultada es importante el apoyo brindado por Pro Chile en lo relativo a fijar rangos de precios y asesorar en cuanto a mercados.

En Argentina se consideró también muy importante la asesoría brindada por Export.Ar en cuanto a mercados extranjeros y en lo relativo a aranceles en países del exterior.

En cuanto a la última pregunta del cuestionario, muy pocos empresarios opinaron respecto a nuevos instrumentos a desarrollarse en nuestro país para mejorar la promoción de las exportaciones.

La amplia mayoría de los entrevistados no posee conocimiento de instituciones o mecanismos de otros países de la región que promuevan las exportaciones.

Pero lo que si fue común a todos los responsables de área de las empresas consultadas, es la percepción de que nos encontramos en una situación de clara desventaja respecto a los países de la región.

Más allá de que varios de los entrevistados no tuvieran un conocimiento profundo de como funcionan otras instituciones en la región, las afirmaciones recibidas nos dan una clara idea de que se sienten desamparados por la falta de apoyo desde instituciones públicas a su actividad exportadora.

4.6.2. Entrevistas a instituciones

Nombre de las instituciones consultadas: Pro Chile, REDIEX Paraguay, Uruguay XXI y Cámara de Industria del Uruguay. Lamentablemente no obtuvimos respuesta de Apex Brasil ni de la fundación Export.Ar, sin embargo personal de dichas instituciones nos sugirió material de sitios Web los cuales nos resultaron de vital importancia.

En cuanto a la antigüedad de estas instituciones, las mismas presentan gran diversidad. Si bien en nuestro país existen agremiaciones con gran tradición en el apoyo al exportador, como el caso de la Cámara de Industria que tiene más de cien años. Durante décadas existió la Dirección General de Comercio Exterior, la cual dependía del MEF. Sin embargo la institución nacional que actualmente se encuentra en funcionamiento se creó en 1996 (Uruguay XXI). En esta materia países como Chile por ejemplo nos sacan gran ventaja ya que Pro Chile tiene más de 35 años. Respecto a REDIEX Paraguay debemos destacar que es la más joven de las instituciones, siendo su fecha de fundación diciembre de 2004.

REDIEX Paraguay cuenta con financiamiento público y privado por lo que tiene un consejo directivo integrado por empresarios y por personal del estado. Export.Ar se asemeja al caso de REDIEX ya que es una fundación integrada por asociaciones de privados y organismos públicos.

Distinto es el caso de Uruguay donde su presupuesto depende exclusivamente del gobierno central. Apex Brasil y Pro Chile funcionan en forma similar a Uruguay XXI, son financiadas e integradas por el estado.

La jerarquía a las cuales están sometidas las instituciones estatales de promoción es generalmente a Ministerio de Relaciones Exteriores o Cancillería

de cada país, esto se da para el caso de Expot.Ar, que depende del Ministerio de Relaciones Exteriores, Comercio y Culto, para el caso de Chile que depende de la DIRECOM la cual es parte del Ministerio de Relaciones Exteriores. REDIEX Paraguay depende de Cancillería, Ministerio de Industria y Comercio.

Distintos son los casos de Uruguay y Brasil. Apex Brasil depende del Ministerio de Industria y Comercio, y Uruguay XXI depende de varias instituciones públicas y privadas.

También entrevistamos instituciones locales como la Cámara de Industria que depende de un consejo de empresarios. Otra institución de nuestro país como la Dirección de Promoción Comercial depende del Ministerio de Relaciones Exteriores. La Unión de Exportadores del Uruguay está sometida a las directrices de un grupo de empresarios y exportadores.

En cuanto a la red externa de cada una de estas instituciones debemos decir que Export.Ar es la que cuenta con la red más extensa, teniendo representaciones a través de las 120 embajadas que tiene la Cancillería Argentina en el mundo.

Apex Brasil cuenta con una red internacional muy inferior en cuanto a la cantidad pero con una estructura mucho mayor en cada uno de los centros de negocios que tienen establecidos. Estas no son meras oficinas dentro de una embajada sino verdaderos centros de exhibición de las empresas y productos brasileros.

Por otra parte Pro Chile cuenta con setenta oficinas internacionales, las cuales se diferencian según la importancia del mercado en que están instaladas, se define el tamaño de la representación.

En mercados considerados como estratégicos tal como es el caso de Alemania, donde Pro Chile cuenta con oficinas con una estructura acorde, se realizan semanas de productos chilenos, degustaciones, exhibiciones, etc..

En un mercado más pequeño como el nuestro la representación de Pro Chile queda limitada a las figuras de las denominadas "antenas". Las antenas son personas contratadas por Pro Chile para llevar a cabo la función de representación de ese país o región.

Las otras instituciones, Uruguay XXI y REDIEX Paraguay, no cuentan con oficinas a nivel internacional. Respecto a los servicios ofrecidos por Uruguay XXI, según lo mencionado por el entrevistado, podemos citar que se realiza difusión de ferias llevadas a cabo en el exterior. REDIEX Paraguay tiene también servicios similares, ya que brinda servicios de asesoramiento de logística, así como la organización de ferias internacionales, etc.

En Uruguay XXI, también se brinda apoyo a través de análisis de mercados y facilitando a los empresarios los acuerdos comerciales que posee

nuestro país con el resto del mundo, desafortunadamente carece de recursos como para proporcionar información masiva.

En nuestro país existen, al igual que en el resto de los países, instituciones que no dependen del Estado, tal es el caso de la Cámara de Industria. La finalidad de esta institución es fortalecer la industria nacional brindando servicios para el comercio exterior mediante la tramitación de certificados de origen, por ejemplo.

También brinda apoyo a través de análisis de mercados y facilitando a los empresarios los acuerdos comerciales que posee nuestro país con el resto del mundo. En más de una entrevista se nos mencionó los servicios prestados por la Cámara de Industria, la Unión de Exportadores y otras instituciones. Dichos servicios son prácticamente los mismos a los que ofrece Uruguay. La opinión general respecto a la información brindada por estas instituciones era positiva en todos los casos.

5. Conclusiones finales

5.1. En el plano económico para comenzar podemos decir que:

Argentina

Desde hace más de una década las perturbaciones fiscales, cambiarias y monetarias limitan las posibilidades de mantener políticas tendientes a la promoción de las exportaciones. Los cuidados de los sucesivos gobiernos argentinos se han centrado en mantener estabilidad en los precios, y en un cierto equilibrio entre los ingresos y egresos fiscales.

Por lo tanto el tipo de cambio nominal y real ha estado a niveles muy lejanos de los que son convenientes a los sectores exportadores. Las exoneraciones tributarias y los impuestos a las exportaciones han sido modificados varias veces en función de obtener una mayor recaudación y mantener los ingresos fiscales suficientes como para hacer frente al gasto fiscal creciente que se vivió en largos períodos en Argentina.

Brasil

Desde 1999, Brasil optó por utilizar un tipo de cambio flotante, lo cual tuvo en poco tiempo un impacto directo en la balanza comercial y el nivel de exportaciones. Los posteriores efectos inflacionarios fueron considerados fundamentalmente a partir de 2003 donde a través de distintos mecanismos monetarios se intentó cuidar estos problemas.

Como consecuencia el real tuvo apreciaciones respecto a la mayoría de las monedas de todo el mundo. Las políticas tributarias de exoneración a exportaciones en Brasil han tenido pocas excepciones y en general están fundamentadas en brindar un apoyo a sectores industriales que necesitan estar provistos de materiales que de otra forma serían exportados. En el pasado estas políticas tendientes a favorecer las exportaciones fueron muchas veces limitadas por ajustes fiscales, ya que la política fiscal vigente en ese momento (como a principios de los noventa con el gobierno de Collor de Mello) hacía un énfasis muy fuerte en reducir la deuda pública.

Chile

A principios de la década del noventa, presentaba un tipo de cambio de banda móvil el cual se mantenía en función de un conjunto de monedas fuertes. Esto repercutió en que Chile mantuvo unos niveles de inflación relativamente bajos durante largos años.

Desde principios de 2008, la tendencia cambió y el tipo de cambio viene en ascenso. Esto ha generado un aliciente a las exportaciones y el sector se vio beneficiado. En cuanto a materia de exoneraciones tributarias no presentó grandes cambios, ya que el centro de la promoción a dicha actividad no radica en ello.

Se debe destacar también que como en materia fiscal aplica básicamente políticas contra cíclicas los beneficios tributarios no se han visto mayormente afectados en los períodos más críticos de la economía chilena.

Paraguay

En este país históricamente se ha mantenido un tipo de cambio bajo, con la intención de beneficiar el sector de comercio de triangulación, el cual era visto desde hace muchos años como el puntal de la economía paraguaya. A fines de los años ochenta, se pudo ver como en Paraguay la política cambiaria se modificó y se comenzó a aplicar un tipo de cambio flotante. De esta forma el tipo de cambio nominal subió en forma continua, lo que benefició notoriamente a los sectores exportadores no tradicionales.

Esta tendencia luego se vio sustituida y el tipo de cambio comenzó a ser influenciado en forma clara por el real brasilero. Esto en consecuencia generó una nueva baja en el tipo de cambio real, lo que causó nuevos perjuicios a los sectores exportadores.

En materia tributaria las cargas a las exportaciones aumentaron, ya que varias exenciones han sido reducidas e incluso algunas eliminadas. Es importante destacar que desde hace años la política fiscal paraguaya hace especial énfasis en el recorte del gasto, por lo tanto numerosos beneficios tributarios han sido recortados al sector exportador.

Uruguay

En la pasada década y con el objetivo de cumplir con sus pautas inflacionarias, mantuvo un tipo de cambio con banda de flotación, el cual no pudo ser mantenido. Desde junio 2002, se comenzó a aplicar la libre flotación como política cambiaria y en sus primeros momentos, se desencadenó una abrupta devaluación como consecuencia de una situación de crisis económica generalizada.

El tipo de cambio real comenzó a bajar a partir del año 2004. Como contrapartida se decidió a fin de reducir la inflación, reducir el ritmo de crecimiento de los medios de pago. Estas turbulencias han afectado notoriamente al sector exportador en más de una oportunidad.

Existe larga tradición en nuestro país en cuanto a la devolución de tributos a los exportadores, los mismos tal cual se percibe por los exportadores consultados de nuestro país confían en que seguirán siendo una fuente cierta de promoción a su actividad.

Opinión personal: *en la mayoría de los países analizados, la volatilidad macroeconómica ha afectado al sector exportador y al resto de los mecanismos pensados para promocionar las exportaciones, ya que muchos instrumentos se diseñaron reactivamente, con la intención de paliar emergencias. Además las complicaciones que traen consigo los cambios macroeconómicos suelen ser sustancialmente más potentes que los incentivos previstos. Además es común que se prioricen temas como el control de la inflación, la brecha fiscal, etc. antes que tener políticas económicas activas que fomenten las exportaciones.*

5.2 En el plano de los mecanismos aduaneros, regímenes especiales e instrumentos jurídicos

Si bien el análisis país por país refleja que existen matices en la aplicación puntual de los mecanismos vistos. A continuación exhibiremos un cuadro que muestra que los instrumentos son básicamente los mismos.

En el caso de Brasil y Argentina se puede observar además la existencia de políticas de promoción a nivel regional. En algunos casos tal como se pudo notar, existe falta de coordinación con las políticas nacionales.

Otro factor es que algunos mecanismos como las zonas francas en países como Brasil o Paraguay por ejemplo o han sido poco utilizados o finalmente han sido usadas por empresarios para actividades de ensamblaje y logística más que para exportar.

Podemos concluir que los instrumentos vistos en general no derivan ni se integran necesariamente en una estrategia definida. Como en el caso de exportadores argentinos los cuales pueden verse beneficiados por exoneraciones, devoluciones de derechos, etc, y luego “sufrir” por concepto de retenciones o detracciones.

	ARGENTINA	BRASIL	CHILE	PARAGUAY	URUGUAY
Reintegro de derecho (Draw Back)	Impuestos de importación y tasas	Impuestos de importación y tasas	Impuestos de importación y tasas	Impuestos de importación y tasas (puede ser solo parcial)	Impuestos de importación y tasa (salvo aranceles)
Incentivo sujeto a la condición del exportador	No	Si	Si (reintegro simplificado)	Si	No
Admisión Temporaria	Si	Si	No	Si	Si
Zonas Francas	Si (poco utilizadas)	Si (poco utilizadas)	Si	Si (poco utilizada)	Si
Régimen de Maquila	No	No	No	Si	No
Incentivos regionales Pro/ Estad	Si	Si	No	No	No

En la práctica, para las empresas consultadas de nuestro país se puede notar que el mecanismo de uso más frecuente entre los exportadores consultados es la Admisión Temporaria. Esto es en cierto punto esperable, ya que este mecanismo tiene una clara ventaja financiera frente al Draw Back donde se debe pagar los impuestos y derechos que luego serán restituidos.

Es claramente diferente la situación relevada para los casos argentino y chileno. Para las empresas de pequeña y mediana dimensión chilena, la posibilidad de utilizar Draw Back es muy dificultosa. Además tal como mencionó el responsable de exportaciones de una de las entrevistadas, éstas no tienen posibilidades de utilizar otros mecanismos ya que en su país no existen.

Para Argentina, la admisión temporaria tiene mayor importancia. Aunque hay empresas que no la utilizan, por ejemplo en un caso se argumenta que dado la operativa de su negocio no le resulta de utilidad (exporta artículos con altísimos porcentajes de materias primas argentinas).

Otra observación a la que llegamos es que de todos los casos analizados solamente una empresa es usuaria de una Zona Franca.

Para los casos vistos en Argentina y Chile el uso de Zonas Francas es considerado como algo lejano a la realidad de las empresas. Esto es porque la lejanía geográfica que hay entre las Zonas Francas y los principales centros económicos es muy grande.

Como vimos en el capítulo 3, la idea detrás de la creación de una Zona Franca en estos países era justamente lograr el desarrollo de zonas alejadas y poco explotadas.

Dadas las explicaciones brindadas por los entrevistados, la política aplicada por estos países ha vuelto el uso de las Zonas Francas como algo muy lejano al uso de un pequeño y mediano exportador o incluso los grandes emprendimientos que requieren importantes cantidades de materias primas.

5.3. Las instituciones especializadas en el financiamiento a las exportaciones

En este punto se observaron grandes diferencias no solo en las formas que se otorgan y gestionan los créditos sino también en la importancia que se le da a esta actividad de promoción.

En el caso de Brasil en primer lugar y para Argentina en forma no tan marcada son temas de suma importancia. Teniendo en cuenta las dimensiones de los emprendimientos exportadores en estos países, el hecho de contar con créditos a precios competitivos con el resto del mundo es un tema central.

De hecho en el caso brasilero existen dos instituciones las cuales tienen fines muy bien delimitados y se especializan en sectores distintos a fin de ofrecer un mejor servicio.

Se pudo constatar en las entrevistas analizadas, que la gran mayoría de las empresas uruguayas recurrieron al financiamiento específico a exportadores regulado por el BCU.

Los beneficios que se obtienen con dicho mecanismo de financiamiento se pueden distinguir básicamente en dos grupos:

- Para quienes exportan hasta cinco millones de dólares americanos al año y/o pertenecen a la cadena textil/vestimenta les puede resultar realmente beneficioso este tipo de financiamiento frente a los que ofrecen los bancos comerciales.
- Para los demás exportadores puede resultar beneficioso, indiferente o menos beneficioso que los préstamos comunes que ofrecen los bancos comerciales. Con el agravante de tener que pagar multas en caso de no poder concretar la exportación, mientras que solicitando préstamos comerciales no tienen lugar este tipo de consecuencias.⁴²

En Chile, el crédito a los exportadores tiene características similares a las de Uruguay. Sin embargo, presenta ciertos límites ya que las ventas totales de la empresa exportadora no pueden ser superiores a treinta millones de dólares.

El límite del préstamo solicitado es de tres millones de dólares americanos. Esto trae como consecuencia que muchos grandes exportadores chilenos no pueden aprovechar este beneficio.

En los casos vistos en Argentina, ninguno usó créditos especiales para exportadores, entendemos que esto se debe a que las empresas consultadas son de pequeñas dimensiones. Por lo tanto el límite de no otorgar créditos a exportaciones de menos de veinte mil dólares americanos, limita en gran medida a este tipo de productores.

5.4. Convenios y tratados internacionales

En este punto es evidente que Chile no siguió el mismo camino que el resto de los países estudiados al no participar como miembro pleno del MERCOSUR y enfocarse en la concreción de tantos acuerdos bilaterales como pudiera.

Dentro del MERCOSUR, se ha utilizado muy pocas negociaciones bilaterales. La única excepción a esto fue Brasil, quien intentó en más de una oportunidad tratados con distintos países o bloques comerciales.

Como consecuencia Chile y en menor grado Brasil tienen acceso a varios mercados. El resto de los países ha optado por negociar con terceros países mediante el MERCOSUR como bloque.

⁴² Fraga, Antonio; Tomo teórico II curso 2008, Negocios con el exterior, CCEEA.

5.5. De las instituciones especializadas en promoción a las exportaciones

Se puede afirmar que en cuanto a las principales instituciones especializadas en la promoción comercial, hay casos como Pro Chile o Export.Ar que presentan fines concretos en función a objetivos estratégicamente fijados.

Para el caso de Uruguay XXI, o REDIEX Paraguay las metas son mucho más amplias pudiendo llegar a no quedar del todo claras. Igualmente en Uruguay se puede observar la existencia de otras tantas instituciones. Lamentablemente muchas veces estas tienen fines muy similares.

Lo peor del caso es que muchas veces se superponen esfuerzos, como vimos en la encuesta de la Cámara de Industria, la misma procura difundir acuerdos comerciales y brindar un servicio de análisis de mercados. Al ser también parte de los objetivos de Uruguay XXI, consideramos que en lugar de ser un complemento a lo que brindan la Cámara de Industria y la Unión de Exportadores es una superposición de esfuerzos.

Luego de la entrevista que pudimos realizar a Uruguay XXI, concluimos que esta institución no tiene bien definida su planificación estratégica. Un ejemplo de esto es que su misión y visión aún están en revisión, a pesar de tener más de trece años de existencia.

La persona entrevistada de dicha institución nos mencionó que para definir su visión y misión contrataron una consultoría externa. Esto nos sorprende, debido a que luego de tantos años nos parece poco usual que una entidad no tenga bien definido sus objetivos.

En Argentina, si bien existen otras instituciones regionales con fines que puedan verse como similares a las de Exportar.Ar, las mismas tienen como cometido promover el desarrollo de ciertas provincias, es por ello que dichas organizaciones no han sido mencionadas en nuestro análisis.

El caso brasileño también presenta una gran cantidad de competencias, pero a diferencia de los casos uruguayo y paraguayo parece contar con una estructura mucho más grande, la cual puede llegar a hacer pensar en una coherencia con los objetivos fijados.

Opinión personal: *el análisis de las políticas vigentes en los países estudiados permite identificar la existencia de importantes problemas de implementación, que parecen superar a los problemas de diseño de los instrumentos.*

Dichas dificultades se derivan principalmente, de las tensiones existentes entre los organismos de promoción sectorial y las unidades encargadas del control,

quienes buscan tomar la mayor cantidad de resguardos posibles, previo al otorgamiento de los beneficios⁴³.

En este contexto pudimos analizar, que las estrategias son generalmente inconsistentes, por lo tanto la eficacia de las políticas promocionales se resiente, en buena medida por gruesas fallas de coordinación y, falta de compromiso a largo plazo de las políticas evaluadas.

5.6. Factores que ayudan a lograr un sistema de promoción a las exportaciones eficiente

Según Pablo Giordano y Fernando Quevedo en su trabajo: “Apertura e inserción internacional en la estrategia de desarrollo del Uruguay”, una estrategia nacional que tenga coherencia en el logro de una inserción internacional más efectiva debería tratar los siguientes puntos:

- Tener un marco institucional sólido
- Adoptar políticas macroeconómicas orientadas a preservar la competitividad de las exportaciones
- Generar políticas microeconómicas que provean incentivos específicos que logren una mayor competitividad del sector exportador.
- Tomar una política comercial que apunte a lograr negociaciones comerciales que ayuden a ampliar mercados y obtener mejores ingresos por nuestra producción.

En función de lo expresado por estos autores entendemos que para la consecución de objetivos tan distintos, se deberá involucrar a diversos organismos.

Entendemos que dada la volatilidad de las economías de la región será difícil asegurar en forma sostenida ventajas comparativas a partir de ayudas fiscales, políticas monetarias y cambiarias favorables a determinados sectores debido a que estos justamente dependen de una estabilidad a la que aún no se ha llegado.

Será fundamental entonces, en nuestra opinión, la existencia de instituciones capaces de jugar un papel de articulador y de negociador interno. Las cuales ayuden a forjar cierta unidad y dirección a la estrategia de promoción comercial.

Por lo analizado en el presente trabajo y por los comentarios recibidos en el proceso del trabajo de campo, podemos afirmar que si bien en todos los países analizados se ha diagnosticado por los distintos gobiernos la necesidad de un ente coordinador de las políticas de fomento al exportador y sus

⁴³ Giordano, Paolo; Quevedo, Fernando; Apertura e inserción internacional en la estrategia de desarrollo de Uruguay, documento de divulgación n° 43 del Banco Interamericano de desarrollo; 2006

actividades, esto en la práctica generalmente falló por problemas de implantación, falta de recursos y hasta superposición de actividades.

Debemos tener en cuenta que a nivel interno de cada país se torna difícil lograr una coordinación. De acuerdo a las políticas de promoción de inversiones suelen surgir rivalidades entre las provincias o estados ya que en ocasiones se lanzan políticas de promoción que benefician determinados sectores dentro de un mismo país, que pueden incluso provocar “derrames” transfronterizos.

En el caso de Argentina, se destacan los Reembolsos por Exportaciones por Puertos Patagónicos, el Régimen de Incentivos para la Producción de Bienes de Capital, los Regímenes de Promoción para la Patagonia y en menor medida el Régimen de Exportación de Plantas Llave en Mano.

En Brasil se vive la misma situación ya que los Regímenes de Incentivos Fiscales Regionales, los Fondos Fiscales de Inversión, los Programas Estaduales para la Atracción de Inversiones, los Incentivos Fiscales Federales para Manaos y Áreas de Libre Comercio y los Incentivos Fiscales Estaduales para Manaos, producen efectos muy similares a los de Argentina.⁴⁴

Es lógico que si se carece de coordinación a nivel interno de cada país, cuando los mismos deseen actuar como bloque encuentren dificultades. Podemos ver cómo estas se presentan constantemente citando los siguientes casos:

- Dificultades para el ingreso en Brasil de neumáticos fabricados en Argentina (Brasil realiza una interpretación del XXXV Protocolo Adicional al Acuerdo de Complementación Económica N° 14 que resulta ser bastante cuestionada)
- Medidas antidumping aplicadas por Brasil sobre importaciones de resinas (PET) procedentes de Argentina
- Restricciones en Uruguay para el ingreso de productos argentinos provenientes de provincias con regímenes de promoción industrial, y para bienes que incorporan insumos con retenciones a las exportaciones mayores al diez por ciento
- Aplicación de derechos antidumping para aceites comestibles por parte de Uruguay contra Argentina
- Reclamos por licencias no automáticas de importación impuestas en Argentina para productos textiles provenientes de Uruguay

⁴⁴ Profundización del MERCOSUR el desafío de las disparidades Políticas Nacionales y la Profundización del MERCOSUR El Impacto de las Políticas de Competitividad GUSTAVO BARUJ ,BERNARDO KOSACOFF, FERNANDO PORTA, RIO DE JANEIRO, 6-7 DE JULIO, 2005

- Reclamos de Paraguay a Argentina por retenciones de gas desodorizado y Gas Licuado de Petróleo (GLP)⁴⁵

5.7. Consideraciones finales

Argentina

Si bien pudimos ver como en Argentina en teoría los instrumentos de promoción son inclusivos y buscan ayudar a la mayor cantidad de exportadores posible, en la práctica según varios autores y por lo que nosotros pudimos apreciar en las consultas efectuadas, esto finalmente llega a un grupo reducido de empresas. Debemos destacar la actividad que desarrolla Export.Ar, la cual cuenta con una gama de servicios de gran utilidad para el exportador.

Lamentablemente el desempeño de ésta y otras instituciones (por ejemplo BICE) no son acompañados por una política central de gobierno, los incentivos son generalmente muy vulnerables a las inestabilidades económicas (en especial a la política cambiaria) y a la falta de coordinación pública.

Existen además mecanismos de promoción regionales (provinciales) y otros sectoriales (de ramas específicas de producción, como industria automotriz) que contradicen en parte una política general de promoción para todas las empresas por igual, sin discriminación por sector productivo o zona geográfica.

Esto en gran parte se debe a la falta de una visión de mediano y largo plazo, lo cual en nuestra opinión tiene base en la falta de estabilidad no solo económica sino también política, la cual según lo analizado lleva en Argentina muchos años.

Brasil

Se puede afirmar que las políticas tomadas por Brasil en los últimos años tienden hacia la liberalización comercial y al incremento en las exportaciones. Es también claro que el centro de este crecimiento se ha centrado en un pequeño grupo de grandes empresas la mayoría de estas internacionales.

Para promover exportaciones de empresas de dimensiones pequeñas y medianas, se deberán tomar políticas menos selectivas. En este sentido el rol de APEX es fundamental, ya que como se mencionó los instrumentos aduaneros, los estímulos tributarios y la ayuda en el financiamiento presenta un claro sesgo hacia el apoyo de las grandes empresas.

⁴⁵ Informe MERCOSUR, período segundo semestre 2006 primer semestre 2007, BID sector integración y comercio, Susana Filippa, Julieta S. Tarquini

Podríamos afirmar entonces que pese a no ver gran diversidad de instrumentos específicos (salvo algunas excepciones) se realiza desde el gobierno una apuesta creciente en torno a SEBRAE y más puntualmente a APEX con el fin de solucionar las debilidades en este nicho del sector exportador brasileiro.

Chile

La razón por la cual diversos autores han explicado el porqué del éxito de Chile en tener productores competitivos a nivel mundial en una pequeña economía que reduce permanente y unilateralmente los aranceles, es que tuvieron éxito en una variada gama de incentivos de promoción sectoriales.

Gran parte del éxito chileno en el desempeño exportador se explica en la consecución de una reducción arancelaria que no repercutiera en una pérdida para el sector industrial o productor, sino en una clara mejora de la competitividad. La importancia de los instrumentos existentes para promover la exportación de productos, no se tradujo, tal como en los otros países analizados, en una gran cantidad de instrumentos e instituciones.

De hecho la tendencia en los últimos quince años en Chile ha sido la unificación de los instrumentos hasta llegar a tener unos pocos, los cuales son utilizados por la amplia mayoría de las empresas. Las excepciones en el caso chileno se hacen en su totalidad para el apoyo de la pequeña empresa (ejemplo de esto fue el sistema simplificado de Draw Back para pequeñas empresas).

El rol de la DIRECON es fundamental, ya que encara en forma global los problemas relativos a la promoción comercial, búsqueda de mercados, creación de una imagen país, etc. A pesar de contar con tantos fines, el hecho de tener instituciones como lo es Pro Chile en el área de promoción comercial le permite cumplir con los objetivos establecidos. Se puede destacar que tanto Pro Chile como Cancillería y otros órganos vinculados a la actividad internacional tienen una política común que sirve como guía de acción.

Paraguay

En Paraguay se ha echo un esfuerzo por mantener un balance macro económico y en función de esto sobrevino un ajuste fiscal, el cual trajo un cambio en el modelo tributario. Esto llegó a afectar al sector agrícola y por lo tanto al sector exportador.

También se debe mencionar que los cambios en materia aduanera no cambiaron radicalmente el foco hacia la re exportación, a pesar de la existencia de una manifiesta intención de cambiar una situación tradicional.

En realidad podemos decir que aún no existe una autentica coordinación entre los distintos ministerios y agencias involucradas por lo que es muy

probable que los esfuerzos realizados por la agencia de promoción a las exportaciones en Paraguay se vean anulados por políticas fiscales y monetarias en sentido contrario.

Existe además cierto consenso en que la política comercial de Paraguay no cambiará y los esfuerzos se centrarán en torno al MERCOSUR y a las oportunidades que puedan surgir de este.

Uruguay

Pese a que existe un consenso en la importancia atribuida al logro de una mayor apertura comercial, las medidas tomadas en la práctica desde hace muchos años son contradictorias. Lamentablemente en muchas ocasiones esto tuvo un claro sesgo hacia el alza del tipo de cambio real como único mecanismo de incremento de la productividad.

En el ámbito institucional es claro que los problemas de implementación y coordinación son notorios y por lo tanto la eficacia de lo que puedan hacer organismos como Uruguay XXI en apoyo de la consecución de una política comercial consistente, es muy reducida.

Esta realidad ya fue notada en varias oportunidades, una de ellas es el informe emitido por la cámara de industrias “La Promoción de Exportaciones en el Uruguay”. En este trabajo la Cámara de Industrias, propone la creación de una agencia nacional de promoción a las exportaciones la cual debería cumplir el rol de coordinar las actividades de las instituciones uruguayas. Los objetivos planteados son muy amplios, entre los que se destacan:

- Concienciar sobre la importancia de la actividad exportadora
- Promover la imagen de Uruguay
- Promover la participación activa del sector privado en todos los procesos de negociación internacional
- Desarrollar estrategias de acceso a nuevos mercados, para la actual oferta exportable del Uruguay
- Diseñar políticas públicas de fomento al sector exportador
- Investigar y sugerir oportunidades de desarrollo y ampliación de la oferta exportable
- Analizar la potencialidad de los acuerdos o convenios comerciales vigentes para el país

Se define además la importancia de utilizar mecanismos vistos en instituciones de otros países como las antenas de Pro Chile, análisis de tendencias en el exterior, etc. las cuales a nuestro juicio pueden resultar muy

útiles y eficientes en cuanto a costo. Existe además una larga lista de objetivos secundarios, la cual incluye varios de los objetivos perseguidos por las instituciones revisadas en este trabajo.

Por último, compartimos la propuesta de que para alcanzar la eficacia y eficiencia de los objetivos extensamente definidos, así como para dar sentido a una política dirigida a la promoción de las exportaciones, todos estos objetivos deberían ser centralizados en una única agencia u organismo desde el cual se llevaran a cabo todas las acciones tendientes a la promoción de las exportaciones de nuestro país.

Bibliografía

Libros

- Alarcón, Cecilia; Stumpo, Giovanni; Políticas para pequeñas y medianas empresas en Chile; revista CEPAL; 2001
- Baruj Gustavo, Kosacoff Bernardo, Porta Fernando; Profundización del MERCOSUR el desafío de las disparidades Políticas Nacionales y la Profundización del MERCOSUR El Impacto de las Políticas de Competitividad; Río de Janeiro, 2005
- Baruja Victor, Paiva Jorge, Pinto Ruv; Una historia del Paraguay; edición 1999
- Caumont, Jorge; Anichini, Juan; Sjaastad, Larry; *La política Comercial y la Protección en el Uruguay*, Montevideo; Banco Central del Uruguay; Secretaría General; 1978
- Comercio Exterior De Chile; Ministerio De Relaciones Exteriores Dirección General De Relaciones Económicas Internacionales Departamento De Estudios E Informaciones; 2008
- Durán Lima, José; Masi Fernando; Diagnóstico de las asimetrías en los procesos de integración en América del sur; Documento de proyecto, CEPAL; Impreso en Naciones Unidas; Santiago de Chile; 2007
- Fraga, Antonio; Tomo teórico II curso 2008, Negocios con el exterior, CCEEA.
- Gaba, Ernesto; Consistencia de la política monetaria cambiaria y fiscal; Servicios de estudios económicos del BBVA; 2006
- Gastiazoro, Eugenio; Historia Argentina; Introducción al Análisis Económico Político y Social Tomo II
- Giordano, Paolo; Quevedo, Fernando; Apertura e inserción internacional en la estrategia de desarrollo de Uruguay, documento de divulgación n° 43 del Banco Interamericano de desarrollo; 2006
- Krugman, Paul; Wells, Robin; Macroeconomics; Worth Publishers; primer edición; 2004
- Nahum, Benjamín; Manual de Historia del Uruguay; Tomo II; Novena edición: EBO; 2002

- Rapaport, Mario; Etapas y crisis en la historia económica argentina: 1880-2005; Santiago de Chile; Oikos 2006
- Reyes Abadie, Washington; Crónica General del Uruguay; tomo III; ediciones de la banda oriental; 1984
- Torres Gaitán, Ricardo; Teoría del comercio internacional; Siglo XXI; México; 1985
- Xavier, Basaldúa Ricardo; Áreas francas: concepto y utilidad problemática de su compatibilidad con el MERCOSUR; Instituto argentino de estudios aduaneros; Revista N° 6; 1994
- Yaffé, Jaime y otros; El desempeño económico global: del modelo agro exportador al modelo de sustitución de importaciones; Instituto de Historia Económica de la Facultad de Ciencias Económicas; 2001

Páginas Web

- Abreu, Capistrano, Capítulos de historia colonial; <http://www.bibliotecacervantes.com/>; última consulta 23/6/2008
- Aladi; <http://www.aladi.org/>, última consulta 30/03/2009
- Apex Brasil; http://www.apexbrasil.com.br/portal_apex/; última consulta 27/3/2009
- Banco de Brasil; <http://www44.bb.com.br/appbb/portal/on/intc2/exp/PROEXEspanholFinanci.jsp>; última consulta 30/3/09
- Bice; <http://www.bice.com.ar/>; última consulta 30/03/09
- Bndes; <http://www.bndes.gov.br/espanol/exportaciones.asp>; última consulta 30/03/09
- CCEE; <http://www.ccee.edu.uy/ensenian/catmetinvcont/material/PPT%20Parte%207%20Análisis%20de%20los%20datos-1.pdf>; última consulta 10/04/2009
- CEPAL; Uruguay y la Inserción Internacional; <http://www.eclac.org/>; última consulta 02/03/09
- Chile republicano, <http://www.MemoriaChilena.cl>, última consulta 23/6/2008
- Corfo; <http://www.corfo.cl/>; última consulta 30/03/09

- Diagnostico en los proceso de integración de América del sur;
<http://www.mercosur.int>; última consulta 03/02/09
- Estímulos Impositivos y Aduaneros a las Exportaciones;
<http://www.bice.com.ar/SP/contenidos/contenidos.asp?id=70>; última consulta 25/02/09
- Export promotion agencies: what works and what does not work”;
http://econ.worldbank.org/external/default/main?pagePK=64165259&theSitePK=469382&piPK=64165421&menuPK=64166093&entityID=000016406_20070323095724; última consulta 23/03/09
- Export.ar; <http://www.exportar.org.ar/>; última consulta 28/03/09
- Glenn P. Jenkins y Chun Yon Kuo: Information, Corruption, and Measures for the promotion of manufactured Exports;
<http://siteresources.worldbank.org/INTTPA/Resources/infocorexports.pdf>; última consulta 15/03/09
- Glosario de términos; <http://www.sice.oas.org>; sistema de información de comercio exterior de la OEA; última consulta 23/03/2009
- Guillén, Arturo, Modelos de desarrollo y estrategias alternativas en América Latina;
http://www.centrocelsofurtado.org.br/adm/enviadas/doc/17_20070501225608.pdf; última consulta 28/06/2008
- Inicios de la industria en Chile; <http://www.MemoriaChilena.cl>; última consulta 23/6/2008
- Plan Nacional De Exportación Construyendo El Desarrollo Sustentable Para El Paraguay, 2008; <http://www.REDIEX.Paraguay.gov.py>; última consulta 30/03/09
- REDIEX Paraguay, Plan Nacional De Exportación Construyendo El Desarrollo Sustentable Para El Paraguay, 2008; <http://www.REDIEX.Paraguay.gov.py>; última consulta 25/03/09
- Régimen De Financiamiento De Exportaciones, BCU, Cr Ariel Fernández <http://www.aladi.org/nsfaladi/reuniones.nsf>., última consulta 02/03/09
- Universidad de Chile; <http://www.plataforma.uchile.cl>; última consulta 29/6/2008

INDICE

ABSTACT	1
CAPÍTULO 1	
1. Introducción	2
1.1. Comienzos de la vida independiente en los países del cono sur	2
1.2. Segunda mitad del siglo XIX, cambios en las políticas de estado	4
1.3. Comienzos del siglo XX y el modelo de sustitución de importaciones	8
1.4. Antecedentes del MERCOSUR	14
CAPÍTULO 2	
2. Marco teórico y definiciones	15
2.1. Definiciones relevantes de política económica	16
2.1.1. Política Fiscal	16
2.1.2. Política monetaria	16
2.1.3. Política cambiaria	19
2.1.4. Política Tributaria	20
2.2. ¿Como afecta la política económica de un país a sus exportaciones?	22
2.3. Definiciones	23
2.3.1. Admisión temporaria	24
2.3.1.1. Admisión temporaria para perfeccionamiento activo	24
2.3.1.2. Admisión temporaria para transformación	24
2.3.2. Depósito aduanero	25
2.3.2.1. Depósito aduanero comercial	25
2.3.2.2. Depósito aduanero industrial	25
2.3.2.3. Depósito aduanero franco	25
2.3.3. Draw-back	26
2.3.4. Devolución de tributos pagados	26
2.3.5. Zona franca	26
2.3.6. Salida Temporal	27
2.4. Instituciones que financian exportaciones	27
2.5. Instituciones especializadas en promoción a las exportaciones	28
CAPITULO 3	
3. Análisis comparativo por país de las principales formas de promoción a las exportaciones	30
3.1. Resumen país por país en general del sector exportador	31
3.1.1. Argentina	31
3.1.2. Brasil	32
3.1.3. Chile	32
3.1.4. Paraguay	33

3.1.5. Uruguay	34
3.2. Política económica	35
3.2.1. Argentina	35
3.2.1.1. Política monetaria y de tipo de cambio	35
3.2.1.2. Política Fiscal y tributaria	36
3.2.2. Brasil	37
3.2.2.1. Política monetaria y cambiaria	37
3.2.2.2. Política tributaria y fiscal	37
3.2.3. Chile	39
3.2.3.1. Política monetaria y de tipo de cambio	39
3.2.3.2. Política fiscal y política tributaria	40
3.2.4. Paraguay	40
3.2.4.1. Política monetaria y de tipo de cambio	40
3.2.4.2. Política fiscal y tributaria	41
3.2.5. Uruguay	42
3.2.5.1. Política monetaria y de tipos de cambios	42
3.2.5.2. Política tributaria	43
3.3. Mecanismos aduaneros, regímenes especiales e instrumentos jurídicos	44
3.3.1. Argentina	44
3.3.2. Brasil	45
3.3.3. Chile	46
3.3.4. Paraguay	48
3.3.5. Uruguay	49
3.4. Instituciones que financian exportaciones	51
3.4.1. Argentina	51
3.4.2. Brasil	52
3.4.3. Chile	55
3.4.4. Paraguay	55
3.4.5. Uruguay	56
3.5. Convenios Internacionales	57
3.5.1. Argentina	57
3.5.2. Brasil	58
3.5.3. Chile	59
3.5.4. Paraguay	60
3.5.5. Uruguay	61
3.6. Instituciones especializadas en promoción a las exportaciones	62
3.6.1. Argentina	62
3.6.2. Brasil	63
3.6.3. Chile	65
3.6.4. Paraguay	66
3.6.5. Uruguay	68
3.7. Resultados y particularidades del comercio en los últimos años	72
CAPÍTULO 4	
4. Trabajo de campo	74
4.1. Justificación de la metodología utilizada	74
4.2. Justificación de la fuente de recolección de datos	75
4.3. Cuestionario para empresas	76

4.3.1. Datos de la Empresa	76
4.3.2. Acerca de los mecanismos utilizados para beneficio de sus exportaciones	77
4.3.3. Opinión del empresario / responsable de área sobre los mecanismos existentes	78
4.4. Cuestionario para instituciones uruguayas y extranjeras dedicadas a la promoción de las exportaciones	79
4.4.1. Datos de la Institución	79
4.4.2. Acerca de la Institución: fines y metas	80
4.4.3. Opiniones del entrevistado	80
4.5 Descripción de la muestra	81
4.6. Análisis de las entrevistas	82
4.6.1. Entrevistas a empresas	82
4.6.2. Entrevistas a instituciones	84

CAPÍTULO 5

5. Conclusiones finales	87
5.1. En el plano económico para comenzar podemos decir que:	87
5.2. En el plano de los mecanismos aduaneros, regímenes especiales e instrumentos jurídicos	89
5.3. Las instituciones especializadas en el financiamiento a las exportaciones	91
5.4. Convenios y tratados internacionales	92
5.5. De las instituciones especializadas en promoción a las exportaciones	93
5.6. Factores que ayudan a lograr un sistema de promoción a las exportaciones eficiente	94
5.7. Consideraciones finales	96

BIBLIOGRAFÍA

Libros	100
Páginas web	101