



UNIVERSIDAD
PRIVADA
DEL NORTE

FACULTAD DE NEGOCIOS

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS
INTERNACIONALES

IMPACTO DEL PROGRAMA EXPORTA FÁCIL EN LAS
MICROEMPRESAS EXPORTADORAS DE LA
PROVINCIA DE TRUJILLO, PERÍODO 2007-2012

Tesis para optar el título profesional de:

Licenciado en Administración y Negocios Internacionales

Autores:

Br. Marlon Campos Vásquez
Br. Renso Nomberto Mercado

Asesor:

Lic. Roosevelt Quiroz Tantaleán

Trujillo – Perú
2014

APROBACIÓN DE LA TESIS

El asesor y los miembros del jurado evaluador asignados, **APRUEBAN** la tesis desarrollada por los Bachilleres **Marlon Stefano Campos Vásquez** y **Renso Nomberto Mercado**, denominada:

**“IMPACTO DEL PROGRAMA EXPORTA FÁCIL EN LAS MICRO EMPRESAS
EXPORTADORAS DE LA PROVINCIA DE TRUJILLO, PERIODO 2007-2012**

Lic. Roosevelt Quiroz Tantaleán
ASESOR

Ing. Nombres y Apellidos
JURADO
PRESIDENTE

Ing. Nombres y Apellidos
JURADO

Ing. Nombres y Apellidos
JURADO

DEDICATORIA

En primer lugar agradezco a Dios por darme la fortaleza de seguir adelante y afrontar los obstáculos que se han presentado en mi vida universitaria.

Agradezco de manera incondicional a mis padres, por su apoyo constante.

Marlon Campos Vásquez.

La presente tesis se la dedico en primer lugar a Dios, que me ha brindado una vida llena de alegrías y aprendizaje.

A mis padres por ser el pilar fundamental en todo lo que soy, en toda mi educación, tanto académica, como de la vida.

Renso Nomberto Mercado.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a mis maestros que no sólo me han inculcado conocimientos, sino también, lecciones de vida que en un futuro deberé afrontar; y sobre todo a mis padres quienes siempre han estado ahí conmigo en todo momento.

Marlon Campos Vásquez.

A mis padres de forma especial, por su dedicación y apoyo incondicional.

Renso Nomberto Mercado

ÍNDICE DE CONTENIDOS

APROBACIÓN DE LA TESIS.....	ii
DEDICATORIA.....	iii
AGRADECIMIENTO	iv
ÍNDICE DE CONTENIDOS	v
ÍNDICE DE TABLAS.....	vii
ÍNDICE DE GRÁFICOS	viii
RESUMEN.....	ix
ABSTRACT.....	xii
CAPÍTULO 1. INTRODUCCIÓN.....	14
1.1. Realidad problemática	14
1.2. Formulación del problema.....	4
1.3. Justificación.....	4
1.4. Limitaciones	5
1.5. Objetivos	5
1.5.1. <i>Objetivo General</i>	5
1.5.2. <i>Objetivos Específicos</i>	5
CAPÍTULO 2. MARCO TEÓRICO.....	6
2.1. Antecedentes	6
2.2. Bases Teóricas	10
2.2.1. <i>Globalización</i>	10
2.2.1.1. <i>Definición</i>	10
2.2.1.2. <i>Características de la Globalización</i>	13
2.2.1.3. <i>Ventajas de la Globalización:</i>	14
2.2.1.4. <i>Desventajas de la Globalización:</i>	15
2.2.1.5. <i>Tipos de Globalización</i>	16
2.2.2. <i>Teorías sobre la Globalización</i>	20
2.2.3. <i>Teorías sobre el Comercio Exterior</i>	22
2.2.4. <i>Exportación</i>	24
2.2.4.1. <i>Definición de Exportación</i>	24
2.2.4.2. <i>Tipos de Exportación</i>	24
2.2.5. <i>Exporta Fácil</i>	31
2.2.5.1. <i>Beneficios</i>	32
2.2.5.2. <i>Requisitos</i>	32
2.2.5.3. <i>Restricciones</i>	32
2.2.6. <i>Modelo de Evaluación de Impacto</i>	33
2.2.7. <i>Microempresa:</i>	38

2.3.	Definición de términos básicos	39
2.3.1.	<i>MYPE:</i>	39
2.3.2.	<i>PYME:</i>	39
2.3.3.	<i>Exportación:</i>	40
2.3.4.	<i>Mercado:</i>	40
2.3.5.	<i>Eficiencia:</i>	40
2.3.6.	<i>Eficacia:</i>	40
2.3.7.	<i>Sostenibilidad:</i>	41
CAPÍTULO 3. HIPÓTESIS.....		41
3.1.	Formulación de la hipótesis	41
3.2.	Operacionalización de variables	41
CAPÍTULO 4. MATERIALES Y MÉTODOS.....		43
4.1.	Tipo de diseño de investigación.....	43
4.2.	Material de estudio.....	43
4.2.1.	<i>Unidad de estudio.</i>	43
4.2.2.	<i>Población.</i>	43
4.2.3.	<i>Muestra.</i>	43
4.3.	Técnicas, procedimientos e instrumentos.....	44
4.3.1.	<i>Para recolectar datos.</i>	44
4.3.2.	<i>Para analizar información.</i>	45
CAPÍTULO 5. RESULTADOS		46
CAPÍTULO 6. DISCUSIÓN.....		82
CONCLUSIONES.....		83
RECOMENDACIONES.....		85
REFERENCIAS.....		86
ANEXOS		89

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Microempresas de la provincia de Trujillo beneficiadas del programa Exporta Fácil en el periodo 2007-2012 que cumplen las variables de Impacto.	47
Tabla 2 Microempresas de la provincia de Trujillo beneficiadas del programa Exporta Fácil en el periodo 2007-2012 según el rango de envíos.	49
Tabla 3 Microempresas de la provincia de Trujillo beneficiadas del programa Exporta Fácil según el año.....	53
Tabla 4 Número de envíos mayores a 2, realizados por las microempresas de la provincia de Trujillo en el periodo 2007 - 2012.....	58
Tabla 5 Número de envíos igual a 1 realizados por los microempresarios de la provincia de Trujillo en el periodo 2007 - 2012.....	61
Tabla 6 Apreciación de las preguntas de la encuesta aplicada a las Microempresas exportadoras en relación al objetivo 1.....	63
Tabla 7 Número de envíos por año realizados por los micro empresarios de la provincia de Trujillo en el periodo 2007 - 2012.....	67
Tabla 8 Recaudación en dólares de SERPOST en la provincia de Trujillo en el periodo 2007-2012	68
Tabla 9 Número y porcentaje de envíos por país destino en la provincia de Trujillo en el periodo 2007-2012.....	69
Tabla 10 Número y porcentaje de envíos por productos en la provincia de Trujillo en el periodo Julio 2007 - Agosto 2011.....	72
Tabla 11 Apreciación de las preguntas de la encuesta aplicada a las Microempresas beneficiadas con el programa Exporta Fácil en relación al objetivo 2.	75
Tabla 12 Tasa de crecimiento de las microempresas usuarias de Exporta Fácil en la Provincia de Trujillo (2007 – 2012).....	77
Tabla 13 Valor FOB exportado por año por las Microempresas beneficiadas con el programa Exporta Fácil.....	78

Tabla 14 Apreciación de las preguntas de la encuesta aplicada a las Microempresas beneficiadas con el programa Exporta Fácil en relación al objetivo 3.79

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Objetivos del Proceso de Evaluación.....	37
Gráfico 2 Recopilación y Análisis de la Información del Estudio	45
Gráfico 3 Número de envíos mayores a 2 realizados por los microempresarios de la provincia de Trujillo en el periodo 2007 - 2012.....	60
Gráfico 4 Número de envíos por año realizado por las micro empresas en la provincia de Trujillo en el periodo 2007-2012.....	68
Gráfico 5 Recaudación en dólares de SERPOST en la provincia de Trujillo en el periodo 2007-2012.	69
Gráfico 6 Número de envíos por país destino en la provincia de Trujillo en el periodo 2007-2012.	71
Gráfico 7 Número de envíos por productos en la provincia de Trujillo en el periodo Julio 2007 - Agosto 2011.	74

RESUMEN

La presente investigación ha tenido por finalidad realizar una evaluación del impacto del programa Exporta Fácil en las micro empresas exportadoras de la Provincia de Trujillo en el periodo 2007-2012.

La investigación se realizó bajo el enfoque cualitativo, para lo cual se entrevistó a funcionarios de las Instituciones involucradas en este caso La Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo (PROMPERÚ), Superintendencia Nacional de Administración Tributaria (SUNAT) y Servicios Postales el Perú SAC (SERPOST) en el Programa Exporta Fácil y a 20 micro empresas exportadoras de la provincia de Trujillo. También se realizó investigación documental, estadísticas institucionales y páginas Web Institucionales comprometidas con el funcionamiento de Exporta Fácil.

Para la evaluación del impacto en la empresas seleccionadas (muestra), se consideró los criterios de evaluación empresarial formulados por la Organización Internacional de Trabajo, los cuales se han aplicado con éxito en otras experiencias similares a nuestro estudio. Hemos priorizado la eficacia reflejada en el logro de los envíos realizados al exterior a través del programa Exporta Fácil; la eficiencia, en la relación de las metas alcanzadas en número de mercados y valores exportados con los recursos destinados por la empresa, y la sostenibilidad fundamentada en los tres pilares del comercio: sostenibilidad económica, sostenibilidad social y sostenibilidad medioambiental.

Exporta Fácil y las Instituciones responsables, han sido efectivos y eficientes en sus operaciones e implementación del programa hasta la fecha, los usuarios le otorgan una puntuación de 08 puntos en una escala de 0 a 10. Exporta Fácil ha logrado incorporar 38 micro empresas (período 2007 – 2012), 32 productos diversos, siendo la bisutería el producto de mayor volumen de exportación y Estados Unidos el destino más importante. No se pudo evaluar los resultados generales del programa Exporta Fácil debido a que existen carencias muy importantes en el uso de un Sistema de Información para el Monitoreo y la Evaluación, que no permiten dar cuenta efectivamente de los avances y dificultades, como tampoco agregar, comparar y sacar conclusiones que hagan posible incorporar elementos de mejora.

El impacto que ha tenido el programa de Exporta Fácil en las microempresas no es considerado según el análisis previo estudiado en el informe presentado, como un impacto positivo para todos los microempresarios, ya que se ha logrado identificar que más del 90% de las microempresas que se encuentra registradas en SERPOST que han hecho uso de este Programa únicamente han tenido aciertos comerciales menores a lo que se considera un empresa exportadora, así mismo se logró así identificar que muchas personas han tenido que formalizarse para poder realizar sus envíos, pero no todas han tenido un continuación en el tiempo, por las distintas razones que no solo se presenta en el estudio, si no que se demuestran con la participación de los microempresarios.

Se ha impulsado a la formalización, pero de las 137 microempresas que se encuentra formadas, solo 2.91% representada por 4 microempresarios se encuentra realizando una exportación continua año tras año, es decir son considerados Microempresas Exportadoras, mientras que otros únicamente conocieron y realizaron envíos que con que no tuvieron mayor afluencia en el tiempo ya que estas son considerados como envíos fugaces, es decir que no propiamente fueron destinadas para que al término se realice un relación comercial permanente en el tiempo.

Por lo tanto según nuestro análisis realizado y basándonos en la información recolectada en nuestra inversión de campo, podemos decir que el impacto que ha tenido el Programa Exporta Fácil frente a las microempresas no ha sido Positivo.

ABSTRACT

This research has been aimed at the impact assessment of Easy Export program on microenterprises in Trujillo city in 2007-2012.

The research was conducted under the qualitative approach, for which we interviewed officials of the institutions involved in this case the Commission for the Promotion of Peru Export and Tourism (PROMPERÚ), National Tax Administration (SUNAT) and Postal Services of Peru SAC (SERPOST) in the Easy Export program and 20 micro exporters enterprises in Trujillo city. Additionally, documentary research, institutional statistics and Institutional Web pages compromised with Easy Export operation was performed.

To evaluate the impact on the companies selected (sample), was considered business evaluation criteria formulated by the International Labor Organization, which have been successfully applied in other similar experiences to our study. We have prioritized the reflected effectiveness in the achieving of shipments abroad made through the Easy Export program; efficiency, in the relation of goals achieved in the number of markets and exported values with the resources allocated by the enterprise, and sustainability based on the three pillars of trade: economic sustainability, social sustainability and environmental sustainability.

Easy Export and responsible institutions have been effective and efficient in their operations and program implementation to date; users give it a score of 08 points on a scale of 0 to 10. Easy Export has incorporated 38 microenterprises (period 2007 - 2012), 32 different products, with the product of imitation jewelry export volume and the United States the most important destination. Unable to assess the overall results of Easy Export program because there are important deficiencies in the use of an Information System for Monitoring and Evaluation, which do not allow to account on progress effectively and difficulties, nor add, compare and / or draw conclusions that make it possible to incorporate improvements.

The impact it has had the program Easy Export in the micro enterprises is not considered as the previous analysis studied in the report submitted as a positive impact for all micro entrepreneurs, as it has been identified that over 90% of micro-enterprises is registered SERPOST who have used this program have had only minor commercial successes to what is considered an exporting company and was able to identify himself so many people have been formalized in order to make their deliveries, but not all have had a continuation in time, for various reasons is not only present in the study, but it is show with the participation of micro entrepreneurs.

It has been driven to the formalization, but of the 137 micro which is formed only 2.91% represented by four entrepreneurs is on a continuous export every year, it's mean they are considered Microenterprise Exporters, while others only knew and made shipments that were not in the busiest time as these are considered as fleeting shipments, it's mean they were not properly designed so that the term a permanent business relationship is made in time.

So according to our analysis and based on the information collected on our investment field, we can say that the impact of Easy Export program has not been positive.

CAPÍTULO 1. INTRODUCCIÓN

1.1. Realidad problemática

Es un hecho que el comercio exterior beneficia a los países de distintas maneras, esto está demostrado históricamente. Existen beneficios derivados de un mejor uso de los recursos, ya que cada país puede especializarse en las mercancías que produce más eficientemente o para las cuales está mejor dotado.

Los países se benefician del aumento de la competencia, ya que la apertura del comercio reduce la brecha entre el costo de producción de una mercancía y su precio de venta, permitiendo a los consumidores tener acceso a productos de más bajo precio. Los consumidores también se ven beneficiados por la mayor variedad de mercancías y servicios disponibles para ellos mediante la apertura comercial.

El comercio, además, incentiva la innovación y transferencia tecnológica, ya que al aumentar el tamaño del mercado aumenta también la competencia extranjera, lo cual lleva a las empresas a invertir en investigación y desarrollo, así como al intercambio de estas innovaciones (Organización Mundial del Comercio, 2010). Esto beneficia directamente a los países emergentes, ya que facilita el acceso a tecnología producida en el extranjero e incentiva la generación de tecnologías propias en países como el nuestro.

Asimismo, existe un fuerte vínculo entre el comercio y el desarrollo. Sabemos que para cubrir las necesidades básicas y asegurar los derechos de los ciudadanos, las personas necesitan un nivel adecuado de ingresos. La liberalización comercial puede contribuir a esto mediante el mejor uso de los recursos del país, que nos ofrecen la posibilidad de lograr un nivel de ingresos mayor que permita a los ciudadanos cubrir sus necesidades, asegurar sus derechos y por lo tanto incrementar su nivel de desarrollo (Fondo Monetario Internacional, 2012). Esto se da porque la apertura comercial con inclusión tiene un efecto positivo en el crecimiento económico, el empleo y la reducción de la pobreza. En el Perú, vemos como la apertura comercial está directamente relacionada con el incremento de nuestro nivel de ingresos y con una economía relativamente estable y en

crecimiento, lo cual permite seguir mejorando la calidad de vida de todos nuestros ciudadanos.

En tal sentido, el Perú, inició su apertura comercial mediante la exportación en la década de los 90, consolidándose como una política de estado ofreciendo un marco jurídico para la firma de los Tratados de Libre Comercio (TLC). En enero del 2009, después de múltiples negociaciones, se firmó el TLC con los Estados Unidos y posteriormente con la Unión Europea (UE). Esta nueva situación nos ha permitido aprovechar nuestros recursos naturales e ir fortaleciendo otros bienes y servicios producidos en el país para colocarlos en el extranjero.

En esa dirección el Perú ha ido aumentando sus exportaciones en el sector tradicional, principalmente en el sector minero y seguido del sector agropecuario. El sector de bienes no tradicionales también ha crecido en esta última década, no obstante las dificultades que países como Estados Unidos y la mayoría de miembros de la comunidad europea, han atravesado por la crisis financiera desde el año 2008.

Para tener una idea del nivel de nuestras exportaciones, según el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR) en el periodo Enero - Diciembre 2012 las mismas totalizaron US\$ 45,526 millones. Las exportaciones no tradicionales (US\$ 11,120 millones) tuvieron un desempeño favorable, aumentando en 9,1% con respecto al año 2011. Según La Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo (PROMPERÚ) Las exportaciones de la región La Libertad cerraron el 2012 en US\$ 2,833.4 millones, registrando un crecimiento de 9.8% en comparación con el 2011 cuando se exportó por US\$ 2,581.1

Hay que señalar que La Libertad es una región cuya principal actividad exportadora es la minería tradicional (US\$ 2,022.6 millones), la cual representa el 71.4% de sus exportaciones (4.3% de crecimiento). Otros sub sectores destacados de la región fueron los de pesca tradicional (US\$ 195.4 millones), el siderúrgico-metalúrgico (US\$ 66.4 millones) y el textil (US\$ 2.7 millones) (PROMPERU).

No obstante la cifras alentadoras que ha ido en aumento en este último quinquenio, la exportación en el Perú siempre se ha caracterizado por un mecanismo complejo, burocrático y que implica ir mucho más allá de vender en el exterior por medio de

contactos con importadores o realizar ventas esporádicas; es necesario tener una visión a largo plazo que permita su sostenibilidad.

Efectivamente, la internacionalización es una operación estratégica que involucra todas las áreas funcionales de una empresa, requiere dedicación, entusiasmo y prepararse para llegar a ser un exportador exitoso.

Hasta hace 6 años el proceso de exportación resultaba ser complejo y la mayor parte de veces inalcanzable sobre todo para el micro empresario. La razón fundamental era que no existía un mecanismo promotor de exportaciones diseñado principalmente para el micro y pequeño empresario, mediante el cual podrá acceder a mercados internacionales.

En esa línea, el Programa Exporta Fácil, es implementado en Perú, Colombia y Ecuador como un Sistema Simplificado de Exportaciones por Envíos Postales único adaptado a la realidad de cada país, la implementación en cada uno de ellos da lugar, no sólo ha sido diferente, y en el caso del Perú ha sufrido algunas modificaciones; en el Perú se ha centrado la preocupación en las micro y pequeñas empresas.

El plazo de ejecución inicial del Programa fue de 42 meses, cumpliéndose en diciembre de 2010; y los desembolsos para sus operaciones en 48 meses. Sin embargo, estos plazos fueron prorrogados hasta mayo y agosto del 2012 respectivamente. No obstante ello, el Programa se da por finalizado el 31 de diciembre de 2011.

En el Perú, solo existe una consultoría que ha realizado un estudio sobre el impacto del programa aplicado a los tres países donde se implementó al mismo tiempo: Perú, Colombia y Uruguay, del cual se ha elaborado un informe bajo un enfoque cualitativo (Susana Ramella, 2012). Este informe está centrado en hacer una evaluación de la implementación del Plan Piloto que culminó el 2012.

En nuestra investigación lo que nos interesa conocer es ¿Cuál fue el impacto del programa Exporta Fácil en las microempresas exportadoras de la provincia de Trujillo? en el período 2007-2012, si el programa ha cumplido sus metas y objetivos; y de qué manera se puede medir los logros alcanzados. Es conocido que

muchas veces los programas aplicados en el Perú no se conocen cuales ha sido sus repercusiones, por ese motivo el interés de la presente investigación es saber sobre la eficiencia, eficacia, sostenibilidad y experiencia aprendida, culminada la aplicación de la “Implementación Piloto de un Sistema Simplificado de Exportaciones por Envíos Postales”, durante el período de apoyo del Fondo Multilateral de Inversiones (FOMIN).

1.2. Formulación del problema

¿Cuál es el impacto del programa Exporta Fácil en las microempresas exportadoras de la provincia de Trujillo, en el período 2007 - 2012?

1.3. Justificación

La presente investigación de carácter evaluativo, aporta conocimiento a partir del análisis de resultados del programa Exporta Fácil. En este sentido, permite complementar la las teorías ya existentes sobre los modelos de comercialización internacional y plantear nuevas hipótesis para futuras investigaciones, orientadas a los mecanismos de facilitación del Comercio Internacional.

Éste trabajo de investigación es de gran valor para los microempresarios que desean iniciar actividades de comercio exterior haciendo uso del Exporta Fácil.

Este estudio es de suma importancia y tiene una gran contribución en el desarrollo profesional ya que es el primer estudio que se realiza en la región La Libertad, en donde se hace un evaluación del impacto de del programa Exporta Fácil. También podrá servir como base para futuras evaluaciones y nuevos diagnósticos que se puedan llevar a cabo por los estudiantes de Administración y Negocios Internacionales de la Universidad Privada del Norte.

1.4. Limitaciones

La presente investigación no fue planteada, por sus propias limitaciones de tiempo y de recursos, como una investigación completa y exhaustiva de la situación e información del entorno, el sector, el Programa y sus beneficiarios.

El producto es, en todo caso, una evaluación intermedia de tipo cualitativo en base a la recolección de datos de los usuarios e instituciones involucradas en el programa Exporta Fácil y cuantitativo basado en las cifras oficiales de SERPOST (niveles de ventas, número de envíos)

En concreto, entre las dificultades presentadas en la recopilación de información, tuvimos difícil acceso a algunas microempresas y a la documentación considerada confidencial, trayendo como consecuencia, algunos vacíos de información que no nos permitieron realizar una evaluación cuantitativa a profundidad. Solicitamos información sobre cantidad de exportadores y valor FOB de las exportaciones a los efectos de trabajar a partir de ellas, y no obtuvimos una respuesta positiva.

Por otro lado, la falta de antecedentes de investigaciones parecidas, así como de la disponibilidad bibliográfica respectiva para la sustentar el marco teórico correspondiente constituyen una limitación importante.

1.5. Objetivos

1.5.1. Objetivo General

Evaluar el impacto del programa Exporta Fácil en las microempresas exportadoras de la provincia de Trujillo, en el periodo 2007-2012.

1.5.2. Objetivos Específicos

- **Objetivo específico 1.** Identificar las Micro empresas exportadoras de la provincia de Trujillo que han sido beneficiadas por el programa de Exporta Fácil, durante el periodo 2007.-2012

- **Objetivo específico 2.** Analizar los resultados alcanzados por la aplicación del Exporta Fácil en las Micro empresas beneficiadas por el programa.
- **Objetivo específico 3.** Evaluar la influencia del programa Exporta Fácil en la sostenibilidad de las exportaciones de las micro empresas beneficiadas.

CAPÍTULO 2. MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes

El Perú forma parte de la Iniciativa para la Integración de Infraestructura Regional Sudamericana (IIRSA), que emana de la Cumbre de Jefes de Estado y de Gobierno realizada en Brasilia en el año 2000, la misma que involucra a los doce países de América del Sur. IIRSA ha proyectado nueve Ejes de Integración y Desarrollo a nivel sudamericano. El 26 de junio de 2007 se aprueba por parte del El Fondo Multilateral de Inversiones (FOMIN), FOMIN-BID el Programa “Implementación Piloto de un Sistema Simplificado de Exportaciones por Envíos Postales”, más conocido como Exporta Fácil, en Uruguay.

El programa tiene su origen en la IIRSA, conformada por 12 países para la integración física en las áreas de transporte, comunicaciones y energía con el objetivo de promover el desarrollo sostenible en la región. Con la finalidad de contribuir a la competitividad de sus miembros.

El propósito es adaptar en cada país un sistema simplificado de exportaciones por envíos postales para las MIPYMES, replicado dentro de la iniciativa IIRSA, a partir de la experiencia de Brasil. Para el cumplimiento de los mismos las actividades se estructuran en cuatro componentes, a saber:

1. Sensibilización de los sectores públicos y privados involucrados en el modelo, incluye realizar seminarios y talleres en cada país participante, una campaña de promoción y difusión y poner en funcionamiento y actualizar un sitio web con información relativa al Programa, orientado a las MIPYMES.
2. Diagnóstico y simplificación del proceso de exportación para las MIPYMES, tiene por objetivo atender la necesidad de simplificar y reducir costos del procedimiento actual para las exportaciones de menor volumen y valor, facilitando el acceso al comercio exterior de las MIPYMES.
3. Implementación de un nuevo servicio en el operador postal público basado en el sistema simplificado de exportación por envíos postales, tiene por objetivo implementar un servicio que utilice el sistema simplificado de exportaciones por envíos postales.
4. Coordinación Regional, tiene por objetivo fortalecer la coordinación regional con el resto de países miembros de IIRSA e implementar de forma estandarizada el sistema en ellos; asimismo establecer coordinación con otros programas y entidades relacionadas con el Programa.

El monto total del Programa fue de U\$\$ 2.824.508, integrados de la siguiente manera: Contribución BID-FOMIN U\$\$ 1.590.138 (56%); contrapartida de los distintos países U\$\$ 1.234.370 (44%) en el periodo 2007-2012.

Al inicio de la cooperación del FOMIN Perú en el 2006 había comenzado el proceso de implementación del Exporta Fácil (EF) en el país con recursos del Banco Mundial, los nuevos recursos le permitieron acelerar y consolidar el mismo.

El ejecutor es la Unión Postal de las Américas, España y Portugal (UPAEP), organismo intergubernamental especializado en el sector postal, que está constituido por 27 países de las Américas, Canadá, el Caribe, Curazao y Aruba y 2 países de Europa, España y Portugal. La Secretaría General de la UPAEP tiene su sede en la ciudad de Montevideo desde el año 1911. La UPAEP desarrolla

proyectos regionales de forma conjunta, en el marco de un Acuerdo de Cooperación, con la Unión Postal Universal, organismo internacional de la familia de las Naciones Unidas, especializado en el sector postal y que tiene su sede en la ciudad de Berna, Suiza.

Tiene como misión *“Ser la organización integradora de los objetivos comunes de los países o territorios miembros, en lo referente a temas postales y no postales que tiendan a la modernización de los servicios postales básicos, por medio de la ejecución de proyectos individuales, bilaterales y colectivos, que garanticen la integración territorial, la mejora continua de la calidad y el desarrollo y modernización de procesos administrativos, operativos y legales”.*

Su visión es *“Constituirse en una organización líder, capaz de orientar la Cooperación Técnica a favor del proceso de Reforma y Modernización que impulse el desarrollo del sector postal en la región de la UPAEP, que potencie la red postal con alto valor agregado y que fortalezca el carácter integrador de la Unión de sus países o territorios miembros”.* El Programa contempla tres fases para el funcionamiento del Exporta Fácil (EF) en cada país, a saber: Prediagnóstico, Diagnóstico, Implantación del modelo simplificado de exportación por envíos postales.

Exporta Fácil Perú – Juan Luis Kuyeng – Gerente Técnico Del Proyecto Exporta Fácil Perú

En este proyecto se puede observar básicamente cuales son los beneficios que aportó el exportar fácil a las exportaciones de las empresas peruanas hasta el año 2009. Entre los principales impactos positivos tenemos: Simplificación de procesos logísticos de comercio internacionales; ingreso de divisas por el aumento de exportaciones; formalizaciones; mayor participación por parte de nuestra población objetivo (micro y pequeñas empresas), dado que representan el 98% de las unidades económicas del país y el 75% de la PEA, en el mercado internacional; crecimiento del número de mercados de las exportaciones regionales y el número de productos exportados por región; posibilidad de realizar exportaciones desde cualquier parte del país integrando a las MYPES locales al mercado internacional; generación de una cultura exportadora en el país; generación de una mayor cultura descentralizada en el uso del internet,

reduciendo las brechas digitales que pudieran existir; desarrollo de iniciativas de comercio electrónico; generación de empleo y alivio a la pobreza.

Evaluación Final UPAEP-BID/FOMIM Programa de Implementación Piloto de un Sistema Simplificado de Exportaciones por envíos Postales (EXPORTAFACIL) - Susana Ramela (2012)

En su Informe se conoce que “El programa estableció un modelo de funcionamiento pertinente y eficiente para la etapa de implementación, basado en la efectiva complementariedad y articulación de un grupo de trabajo de cada país.

También resulta evidente que los liderazgos, roles y responsabilidades son dinámicas y varían en función de las etapas por las que el Sistema va atravesando y por las definiciones que cada país tome a nivel estratégico. Esto hace imprescindible y/o institucionalizar dependiendo del país el modelo de funcionamiento más adecuado para la etapa que se inicia.

El programa y su lógica de intervención siguen siendo una respuesta pertinente para contribuir a la competitividad de las MIPYMES para su inserción en los mercados regionales e internacionales, lo que varía en cada caso es la relevancia efectiva que en el país le da a este tema y al Programa y esto constituye tal vez el determinante más importante para el éxito de la implementación del EF.

Es importante diferenciar al Exporta Fácil como herramienta de envío simplificado para las MIPYMES de los efectos del mismo a nivel de cada una de las empresas y del conjunto de las mismas. La herramienta EF es adecuada y funciona y es más utilizada en aquellos países donde se atienden los factores de competitividad de la misma (precio, rapidez, seguro, tracking, recogida de paquetes, crédito, empaques, atención al cliente, etc).

Tiene como debilidades comunes el seguimiento y dificultades de desaduanaje en algunos destinos, cuya solución de fondo excede posibilidades del Programa y como debilidades particulares de cada país la atención diferencial a los elementos de competitividad y la existencia y consolidación o no del liderazgo, coordinación y de un equipo de trabajo efectivo.

2.2. Bases Teóricas

2.2.1. Globalización

2.2.1.1. Definición

Robert C. Feenstra y Alan M. Taylor (2011); mencionan que la Globalización tiene muchos significados; como el flujo transfronterizo de bienes y servicios, el movimiento de personas y empresas, la propagación cultural y de ideas entre países y la estrecha integración de los mercados financieros mundiales.

EL Fondo Monetario Internacional (FMI) define “La Globalización es la interdependencia económica creciente del conjunto de países del mundo, provocada por el aumento del volumen y la variedad de las transacciones transfronterizas de bienes y servicios, así como de los flujos internacionales de capitales.”

También toma a La Globalización Joaquín Estefanía (2005), como la tendencia de los mercados y de las empresas a entenderse, alcanzando una dimensión mundial que sobre pasa las fronteras nacionales”. Dinámica que, desde el orden económico, estimula preferentemente una demanda más homogeneizada de los consumidores a nivel internacional y variados tipos de asociaciones, alianzas y conexiones. Octavio Lanni sociólogo brasileño; posiblemente el más importarte teórico latinoamericano sobre temas globales, expresa: “El mundo ya no es exclusivamente un conjunto de naciones, sociedades nacionales, estados naciones, en sus relaciones de interdependencia, dependencia, colonialismo, imperialismo, bilateralismo, multilateralismo. Simultáneamente, su centro ya no es principalmente el individuo, tomado singular y colectivamente, como pueblo, clase, grupo, minoría, mayoría, opinión pública. (En la época de la globalización, el mundo comenzó a ser taquigrafiado como "aldea global", "fábrica global", "tierra patria", "nave espacial", "nueva Babel" y otras expresiones. Son

metáforas razonablemente originales, que suscitan significados e implicaciones y llenan textos científicos, filosóficos y artísticos."

Pero también tenemos una contra parte que le da una definición mucho más dura y crítica.

Chakravarthi Raghavan (1997), analista de la Red del Tercer Mundo, "Globalización es en realidad un eufemismo utilizado en lugar de "transnacionalización", es decir, la expansión sin límites de las corporaciones transnacionales en la economía mundial, en particular en los países en desarrollo. Instituciones multilaterales como la OMC, el FMI y el Banco Mundial juegan un papel clave en este proceso.

En la esfera de los cambios económicos mundiales, o del nuevo orden económico "globalización" adquiere una gran variedad de usos: el surgimiento de una nueva y asimétrica división internacional de la mano de obra junto con una mayor dispersión de la actividad económica, dirigida por la planificación estratégica de grandes corporaciones, que ha sustituido la planificación gubernamental o estatal en varios países. También parece utilizarse para definir la actual situación política mundial, es decir, el desgaste de la dominación de Estados Unidos sobre la economía mundial de posguerra, debido a la creciente competencia de Europa occidental y Japón, y al surgimiento de ámbitos regionales de influencia.

Este comentario del autor Hindú es totalmente revelador debido a las implicancias que suscitan, porque nos aclara directamente que el proceso de globalización no es un fenómeno natural como todos suponen, impulsado por los pueblos, naciones o países, sino que, quienes están detrás, son las corporaciones transnacionales, principalmente la finanza internacional, quienes impulsan su desarrollo interviniendo directamente en las políticas económicas de los países, principalmente los del tercer mundo.

El FMI al respecto manifiesta: "La globalización económica es un proceso histórico, el resultado de la innovación humana y el progreso tecnológico. Se refiere a la creciente integración de las economías de todo el mundo, especialmente a través del comercio y los flujos financieros". En algunos casos este término hace alusión al desplazamiento de personas (mano de obra) y la transferencia de conocimientos (tecnología) a través de las fronteras internacionales. La globalización abarca además aspectos culturales, políticos y ambientales más amplios. El uso de este término se utiliza comúnmente desde los años ochenta, Se refiere a la prolongación más allá de las fronteras nacionales de las mismas fuerzas del mercado que durante siglos han operado a todos los niveles de la actividad económica humana: en los mercados aéreos, las industrias urbanas o los centros financieros

Ulrich Beck (2000), define a la globalización como los procesos en virtud de los cuales los Estados nacionales soberanos se entremezclan e imbrican mediante actores transnacionales y sus respectivas probabilidades de poder, orientaciones, identidades y entramados varios. El concepto de globalización se puede describir como un proceso, que crea vínculos y espacios sociales transnacionales, revaloriza culturas locales y trae a un primer plano terceras culturas..."

Este aporte dado por el Alemán Ulrich es relacionado con la diversificación de cada país para realizar procesos de comercio internacional, que ya llegado hasta los países menos pensado, que ahora realizan un comercio muy fuerte como la india y demás países.

Revisión de Literatura o de Bibliografía sobre el tema de investigación (Estado del arte). Constituye el fundamento o sustentación científica del trabajo de investigación. Se puede esquematizar en capítulos y subcapítulos o enunciarse en forma

escueta dependiendo de la investigación y características de la especialidad. No consiste sólo en la presentación de las teorías o estudios sino en un análisis crítico o comentado de las mismas. La exposición debe ir de los aspectos generales a los particulares relacionados directamente con el tema. El marco teórico no requiere ser exhaustivo pero sí se exige que sea representativo y de acuerdo a informaciones actualizadas.

Es importante considerar el uso de las citas bibliográficas de acuerdo a los estándares de redacción científica determinados por la Universidad.

2.2.1.2. Características de la Globalización

- A. Reconoce que los sistemas de comunicaciones globales ganan cada vez más importancia, y a través de este proceso los países interactúan más frecuentemente y con mayor flexibilidad, no sólo a nivel gubernamental sino también a nivel de población.
- B. Aunque los principales sistemas de comunicación operan dentro de países más desarrollados, estos mecanismos también se extienden a los países menos desarrollados. Este hecho incrementa la posibilidad de que grupos marginales en países pobres se puedan comunicar e interactuar dentro de un contexto global utilizando tecnología novedosa.
- C. Los sistemas de comunicación modernos implican modificaciones estructurales importantes en los patrones económicos, sociales y culturales de los países.
- D. Referente a la actividad económica de estos nuevos avances tecnológicos son cada vez más accesibles para las pequeñas empresas locales. Esta situación ha creado un ambiente distinto para realizar transacciones económicas, utilizar recursos productivos, intercambiar productos, y aprovecharse de los "mecanismos monetarios virtuales". Desde una

perspectiva cultural, los nuevos productos de comunicación unifican patrones de intercambio alrededor del mundo, por lo menos en términos de transacciones económicas conforme a condiciones actuales.

- E. Estos nuevos patrones de comunicación están afectando el nuevo concepto de minorías dentro de un país en particular. Aunque estas minorías no están completamente integradas en el nuevo sistema mundial de comunicación, las empresas grandes y las élites políticas de cada país son parte de esta interacción alrededor del mundo. Al final, las empresas y las élites políticas continúan siendo quienes toman las decisiones en los países en desarrollo
- F. Los elementos culturales dictarán la forma de las estructuras sociales y económicas en cada país. Las condiciones sociales son el resultado de los factores culturales y económicos dominantes de cada país.

2.2.1.3. Ventajas de la Globalización:

- A. Una de las ventajas indudables de la globalización es, sin duda, la posibilidad de racionalizar los procesos productivos.
- B. La globalización se asocia a un proceso positivo de integración de las economías mundiales con los movimientos de mercancías, capitales y personas entre países.
- C. El fenómeno de la globalización engloba al libre comercio internacional, al movimiento de capitales a corto plazo, a la inversión extranjera directa, a los fenómenos migratorios, al desarrollo de las tecnologías de la comunicación y a su efecto cultural.
- D. Las Instituciones financieras, las empresas multinacionales, turistas, ONG, y la mano de obra muy calificada han tenido muchos beneficios con respecto a la globalización puesto les

ha permitido obtener muchas más cosas que un ámbito local no hubiera conseguido.

- E. Como consecuencia de la globalización en la actualidad hay un proceso de internacionalización de la producción y de la comercialización de productos, así como una mundialización de las comunicaciones y de las finanzas.
- F. En general, tal y como se ha argumentado en epígrafes anteriores de este tema, la globalización es positiva para el progreso económico de todos y para los objetivos sociales de eliminación de la pobreza y la marginación social.

2.2.1.4. Desventajas de la Globalización:

- A. La eliminación de la protección de las industrias domésticas, lo que puede determinar en el corto plazo el cierre de muchas de ellas, imposibilitadas de enfrentar la competencia externa y como resultado, el aumento del desempleo.
- B. La globalización fruto de una combinación de tecnología e información es la culminación de un proceso que no está dirigido por gobiernos, ni ideologías, aunque resulten beneficiados, que basa su fuerza en la oferta de conocimientos a todo el mundo,
- C. Genera miedo al mañana, angustia y la inseguridad, esto es lo que impulsa esta nueva era de las desigualdades. Las víctimas del horror económico se sienten definitivamente excluidos de integrar la red.
- D. La reingeniería económica podría dar como resultado una cifra no oficial de desempleo del orden del 20% cuando el actual fenómeno de reestructuraciones esté en pleno régimen.
- E. El ascenso de los oligopolios globales en la forma de corporaciones multinacionales: Se dice que las corporaciones

no tienen más alternativa que transformarse en corporaciones globales y transnacionales, junto con --y esto es importante-- los bancos transnacionales, que se han transformado en los poderes más influyentes, mucho más influyentes que los estados nacionales y sus economías nacionales.

- F. La globalización es un fenómeno insoslayable que daña los intereses de los excluidos, a los que también se les llama pobres.
- G. La globalización no contempla ningún mecanismo de redistribución de la renta.

2.2.1.5. Tipos de Globalización

A. Globalización Tecnológica

La globalización tecnológica es la difusión de la tecnología a través del mundo, de las culturas, de las naciones; atravesando fronteras sin importar las características de las naciones o de las culturas a las que llegara. Así como el intento por conseguir que las noticias que ocurren en cualquier lugar del mundo sean conocidas en el resto del mundo a escasos momentos de que ocurra el acontecimiento.

La globalización de esta tecnología comienza cuando Internet deja de ser un modo de comunicación militar para pasar a ser un modo de comunicación civil en los años noventa. Y a partir de esa época se desarrolla una gran expansión por todo el mundo de las tecnologías de la información. Cabe destacar que esta revolución tecnológica es comparada fácilmente con la revolución industrial que se produjo en el siglo XIX.

B. Globalización Comercial

Pascal Lamy Director General (2005-2013) de la Organización Mundial del Comercio (OMC), manifiesta al respecto en su libro; “La política comercial de la Unión Europea con Latinoamérica”, menciona: “El comercio afecta a los pobres de distintas formas, es extremadamente difícil determinar con precisión como inciden en la pobreza los cambios en la política comercial, pero la opinión general es que la apertura comercial influye positivamente, aunque es probable que algunos hogares resulten afectados de modo negativo”. En el contexto de políticas comerciales relativamente abiertas, se plantean cuestiones que van mucho más allá del régimen comercial de un país. Hay cada vez más pruebas de que factores tales como la calidad de la infraestructura, la educación, eficacia del desarrollo tecnológico, el funcionamiento adecuado de los mercados internos y la calidad del marco institucional son fundamentalmente para el crecimiento y el desarrollo.

C. Globalización Económica

La globalización de la economía surge como consecuencia de dos factores principalmente; por la libre movilidad de bienes, servicios, capitales, personas, y por los avances tecnológicos que han permitido desarrollar sistemas de información y comunicación más eficaces. Ante esta situación podemos preguntarnos sobre si la globalización es un proceso novedoso; y la respuesta es no, ya que a finales del siglo XIX y principios del siglo XX la economía mundial ya experimentó un fenómeno similar.

Hoy en día, este proceso está acompañado también de disposiciones de orden político y cultural que conforman en el escenario mundial, una nueva definición de los papeles que

cumplen los gobiernos, Estados, empresas, organizaciones no gubernamentales (ONG), etc. en los lineamientos estratégicos de poder y en la concentración de esfuerzos por no claudicar ante la meta última y salvadora de conquistar mercados mundiales que trasciendan las economías nacionales. Esto lleva a una competencia donde lo único que importa es lograr mejor calidad de producción para alcanzar más mercados, aunque esto vaya en detrimento de los seres humanos.

La mayor articulación de las economías de mercado se cumple por varios factores: a través del crecimiento de la inversión extranjera directa, el aumento de las empresas de responsabilidad compartida, y la integración de los mercados financieros internacionales.

Gracias al mayor flujo de información (comercio electrónico), este mercado de capitales goza de una apertura que le permite operar más allá de las regulaciones nacionales. El aumento del capital de corto plazo dentro del flujo global de capital internacional genera mayores posibilidades de inestabilidad económica y social.

La decisión de abrir el mercado nacional y local, por parte de quienes definen las políticas gubernamentales, se implementa a través de políticas fiscales, presupuesto, tasa de cambio e impuestos. Históricamente, los gobiernos que sufren una escasez crítica de capital financiero se han visto en la necesidad de tomar tales medidas, debido a los condicionamientos que las instituciones financieras bilaterales y multilaterales ponen a sus préstamos.

Éstas exigen que los gobiernos tomen políticas fiscales acordes a la globalización. Pero, es obvio que si esas políticas de ajuste estructural no van acompañadas de políticas sociales apropiadas (alivio a la pobreza, cuidado de la salud, educación, etc.) excluirán a los pobres de los beneficios del

crecimiento económico e incluso determinarán su mayor empobrecimiento.

El condicionamiento en el otorgamiento de créditos a la adopción de dichas políticas ha sido el principal instrumento para obligar a los países pobres a la liberalización, privatización, desregulación y retirada del Estado en las actividades socio-económicas. El condicionamiento de los créditos se ha convertido así en el principal mecanismo para la difusión mundial de paquetes de medidas macroeconómicas que cuentan con el beneplácito de los gobiernos de los países desarrollados.

Junto con la mayor apertura en el flujo de bienes y capital, se pueden ver contradicciones en las políticas nacionales de los países industrializados que promueven la globalización. Por ejemplo, las políticas de migración de muchos países, que restringen el movimiento poblacional a través de la frontera, son contrarias a la creciente liberalización del mercado de capital financiero, bienes y servicios.

Efectos de la Globalización Económica

Entre los efectos más importantes se encuentran la estandarización de productos y servicios, la seducción de barreras arancelarias y las economías de escala.

La estandarización de productos significa que estos tienen poca o nula variación entre los distintos países o regiones donde se distribuye. Si un producto necesita ser modificado significativamente para introducirse en otra región, este ya no es un producto estándar. La seducción de las barreras arancelarias, ha introducido el llamado consumo de productos masivos, permitiendo que tengan acceso a estos muchos países.

La economía a escala puede hacer a los más competitivos con estrategias poco costosas, utilizando la capacidad de plantas acuosas, aumentando la productividad y distribuyendo los costos fijos entre un mayor número de unidades.

La globalización ha provocado la creación de grandes corporaciones en ciertos sectores industriales, haciendo que las pequeñas y medianas empresas sean vendidas a esas corporaciones.

Otro de los fenómenos que tiene su origen en la globalización, es la integración de las empresas, se trata de empresas que se desarrollan exitosamente en mercados importantes.

De esta manera lo manifestó en el año de 1997 la ONU en su informe sobre el Desarrollo Humano. Según sus cifras desde 1960, cuando los ricos ganaban treinta veces más que los pobres, la concentración de la riqueza mundial se ha duplicado, hasta hacer que actualmente los ricos ganen setenta y seis veces más que los pobres. Esto origino que en 1994 la población rica del mundo, que equivale al 20% de la población mundial, haya consumido el 86% de toda la producción mundial de este año.

2.2.2. Teorías sobre la Globalización

Según Charles W.L Hill, (2012), en el siglo XX los mercados mundiales de las telecomunicaciones el proveedor, por lo general, era propiedad estatal y cuando este no era el caso el estado de cualquier forma regulaba sus operaciones. Esta situación ha variado muchísimo en estas dos últimas décadas. En ese sentido, la globalización de los factores culturales son los aspectos determinantes de las sociedades. Bajo las condiciones mundiales actuales no es importante utilizar a las naciones-estados como unidad de análisis ya que la comunicación global y los vínculos internacionales están haciendo a esta categoría menos útil. Asimismo, a medida de que haya una mayor estandarización de los avances tecnológicos una mayor

cantidad de sectores sociales podrán conectarse con otros grupos alrededor del mundo. Esta situación incluye a los grupos dominantes y no dominantes de cada país según Robert A. Alford (1991).

Esto también refiere a que la teoría de la globalización coincide con algunos elementos de la teoría de la modernización. Un aspecto en que ambas teorías coinciden es que la dirección principal del desarrollo debería ser aquella que emprendan los Estados Unidos y Europa. Estas escuelas afirman que los principales patrones de comunicación y las herramientas para lograr mejores estándares de vida se originaron en las regiones desarrolladas. En este punto es importante destacar la diferencia entre la perspectiva de la modernización la de la globalización. El primero sigue una posición más normativa, ya que trata de resolver el asunto del desarrollo; el segundo refuerza su carácter como una perspectiva "positiva" más que una posición normativa.

Con base en las anteriores similitudes, es posible afirmar que ambas teorías, modernización y globalización, coinciden en el carácter básicamente etnocéntrico de sus planteamientos. Ambas posiciones enfatizan el hecho de que el camino hacia el desarrollo se origina y debe ser seguido en términos de los modelos de los Estados Unidos y Europa. Los defensores de la globalización argumentan que esta circunstancia es una realidad en términos de la influencia que se deriva de las redes de comunicación y de la difusión de los valores de países más desarrollados.

Con esto podemos decir que las teorías de la globalización enfatizan que los factores culturales son los principales determinantes que afectan las condiciones económicas, sociales y políticas de los países lo que es similar a la "escuela social exhaustiva" o de "sociología comprehensiva" de las teorías de Max Weber. Con base en esto, el sistema de valores, creencias, y el patrón de identidad de los grupos de índole dominante (o hegemónica) y de alternativo (o subordinado) dentro de una sociedad son los elementos más importantes para explicar las características de un país en términos económicos y sociales. Para la posición de la globalización esta declaración de la teoría de Weber se debe aplicar a las condiciones

mundiales actuales, especialmente en términos de la difusión y transferencia de valores culturales a través de sistemas de comunicación, los que están afectando cada vez más los grupos sociales en todos los países.

La economía mundial experimenta un cambio fundamental; nos alejamos progresivamente de un mundo en el cual las economías nacionales se encontraban relativamente aisladas unas de las otras mediante barreras que impedían el comercio y las inversiones internacionales, como mediante barreras especiales, temporales y lingüísticas, y también por las diferencias nacionales en torno a las regulaciones gubernamentales, la cultura y los sistemas rectores.

Giovanni E. Reyes (2012), expresa que la economía global de rápido surgimiento, suscita una multitud de cuestiones para los negocios, tanto grandes como pequeños.

Si bien la economía global emergente crea oportunidades tales como esta para nuevos emprendedores y establecer negocios al rector del mundo, también suscita retos y amenazas con los que los hombres de negocios de ayer no tenían para tratar.

A través del proceso de globalización, uno de los supuestos esenciales es que cada vez más naciones están dependiendo de condiciones integradas de comunicación, el sistema financiero internacional y de comercio. Por lo tanto, se tiende a generar un escenario de mayor intercomunicación entre los centros de poder mundial y sus transacciones comerciales

2.2.3. Teorías sobre el Comercio Exterior

Oscar Bajo Rubio (2009), define al comercio internacional o mundial, al intercambio de bienes, productos y servicios entre dos o más países o regiones económicas. Las economías que participan del comercio exterior se denominan economías abiertas. Este proceso de apertura externa se desarrolló fundamentalmente en la segunda mitad del siglo XX, en la

década de 1990, al incorporarse las economías latinoamericanas, de Europa del Este y el oriente asiático. Cada vez existe mayor interrelación entre lo que ocurre en los mercados internacionales y lo que sucede en la economía de un país determinado.

El sustento básico de las teorías antiguas como el modelo de ventaja absoluta de Adam Smith y comparativa de Heckscher-Ohli, era la existencia de competencia perfecta, que permitía, por la vía del libre comercio, aumentar el bienestar de los países. A finales de los años 1970 y principios de la década de 1980, surgieron algunos economistas como Paul Krugman, Avinash Dixit, James Brander y Barbara J. Spencer que esbozaron unas nuevas elaboraciones teóricas fundadas en la existencia de fallos de mercado que ponían en cuestión, no en todos los casos, la teoría clásica del comercio internacional de que los intercambios internacionales se fundamentan exclusivamente en la teoría de la ventaja comparativa y que la defensa bajo cualquier circunstancia del libre comercio y, de la no intervención estatal en esta área económica pudiera no ser la práctica óptima. En palabras de Krugman: el replanteamiento de la base analítica de la política comercial es una respuesta al cambio real ocurrido en el ambiente y al progreso intelectual logrado en el campo de la economía.

Estas nuevas teorías utilizan las herramientas de la teoría económica y la formalización matemática y suponen una crítica de mayor profundidad a las teorías neo-clásicas que las provenientes de otros campos de la economía como la sociología o la estructura económica. Asimismo, tratan de responder a dos cuestiones: la primera es por qué se comercia y la segunda, cómo debe ser la política según estas nuevas explicaciones.

La base argumental de esta teoría radica en cuando no es posible alcanzar un óptimo de Pareto (eficiencia) a nivel mundial debido a fallos de mercado, hay que optar por elegir situaciones denominada secondbest o segundo óptimo. Entre las infinitas situaciones de segundo óptimo, los Estados pueden preferir unas a otras y tomar las medidas que lleven a colocarse en un segundo óptimo distinto del establecido. Los fallos de

mercado que justifican la política comercial estratégica son básicamente la existencia de beneficios extraordinarios en un sector económico y la existencia de externalidades tecnológicas de carácter positivo.

En tal sentido el programa Exporta Fácil se basa en las tendencias opuestas al proteccionismo, que promueven la no intervención del estado en las operaciones del comercio internacional, lo cual no implica su rol facilitador del comercio, permitiendo que los flujos de mercancías se gobiernen por las ventajas de cada país y la competitividad de las empresas, y suponiendo que con ello se producirá una adecuada distribución de los bienes y servicios, así como una asignación óptima de los recursos económicos a escala planetaria. Es la extensión más allá de los mercados nacionales de los principios del libre mercado o liberalismo económico.

2.2.4. Exportación

2.2.4.1. Definición de Exportación

La exportación es el medio más común del que se sirven las compañías para iniciar sus actividades internacionales. Es decir que las empresas que se introducen a la exportación hacen todo para incrementar sus ingresos de ventas, para conseguir economías de escala en la producción y para que puedan diversificar sus sedes de ventas (Daniels y Radebaught) (2004)

2.2.4.2. Tipos de Exportación

A. Exportación Definitiva.

Según el Texto Único Ordenado de la Ley General de Aduanas, aprobado por Decreto Supremo N° 129-2004-EF publicado el 12.09.200, es el despacho para la exportación de mercancías en libre circulación que salen del territorio aduanero para su uso o consumo definitivo en el exterior.

Requisitos:

Para efectuar los trámites de exportación, se debe contar con RUC (Registro Único de Contribuyentes). El RUC es un registro único y centralizado de los contribuyentes y/o responsables de los tributos que administra la Superintendencia Nacional de Administración Tributaria - SUNAT. Los exportadores que obtengan el respectivo número de RUC, podrán obtener la autorización para la emisión de facturas para la exportación de sus productos.

Una persona natural, puede efectuar operaciones de exportación sin necesidad de RUC, conforme a lo dispuesto en los incisos g) y h), de la Resolución de Superintendencia N° 210-2004/SUNAT que aprueba disposiciones reglamentarias a la Ley del Registro Único de Contribuyentes (Decreto Legislativo N° 943), bajo las siguientes condiciones:

- a. Cuando realicen en forma ocasional exportaciones de mercancías, cuyo valor FOB por operación no exceda de mil dólares americanos (US \$ 1,000.00) y siempre que registren hasta tres (3) exportaciones anuales como máximo; o
- b. Cuando las personas naturales por única vez, en un año calendario, exporten mercancías, cuyo valor FOB exceda los mil dólares americanos (US \$ 1,000.00).

El servicio que presta la SUNAT (en cuanto a la exportación) es el de facilitar la salida al exterior de las mercancías.

B. Exportación Temporal

Según Ley General de Aduanas, Decreto Legislativo N° 809 del 19.04.96 y su Reglamento aprobado por Decreto Supremo N°121-96-EF del 24.12.96 Este régimen permite la salida al exterior de mercancías nacionales o nacionalizadas con la obligación de reimportarlas en el mismo estado o después de haber sido sometidas a reparación, cambio o mejoramiento de sus características

Presentación y Revisión Documentaria de la Declaración Única de Aduanas (DUA)

La DUA temporal se presenta ante el Area encargada del Régimen de Exportación Temporal de la Intendencia de Aduana, acompañada de los siguientes documentos:

- a. Copia autenticada del Documento de Transporte.
- b. Copia autenticada de la Factura Comercial o Declaración Jurada del Valor.
- c. Cuadro de Coeficientes Insumo/Producto en original y dos copias, en caso de perfeccionamiento pasivo.
- d. Copia autenticada de la Declaración Única de Importación - DUI y Factura Comercial, cuando se trate de Exportación Temporal al amparo del Artículo 66º del Decreto Legislativo 809.
- e. Solicitud de reconocimiento físico en el local o recinto del exportador, de ser el caso, en original y tres copias.
- f. Declaración Jurada de porcentaje de merma tratándose de material de embalaje en los casos que corresponda.
- g. Comprobante de pago por Servicio de Despacho Aduanero en copia refrendada por Aduanas.
- h. Comprobante de pago por precinto de seguridad, de corresponder, en copia refrendada por Aduanas.
- i. Otros que la naturaleza de la mercancía o la finalidad de la salida temporal requiera.

C. Exportación Directa

Esta es la modalidad más ambiciosa, donde el exportador debe administrar todo el proceso de exportación, desde la identificación del mercado hasta el cobro de lo vendido.

Las ventajas de una exportación directa son: mayor control ejercido sobre todo el proceso de exportación; potencialmente mayores ganancias; relación directa con los mercados y con los clientes.

Este tipo de exportación es el camino más directo para aumentar las ganancias y obtener un sólido crecimiento empresarial a mediano y largo plazo.

Cuando la empresa está por emprender el camino hacia la exportación directa, debe reflexionar acerca de los canales de distribución más apropiados. Estos canales de distribución incluyen: agentes, distribuidores, minoristas y consumidores finales.

Agentes

El agente es un "tomador de órdenes de compra". Presenta las muestras, entrega documentación, transmite las órdenes de compra, pero él mismo no compra mercadería. En general, el agente trabaja "a comisión", no asume la propiedad de los productos, no asume ninguna responsabilidad frente al comprador y posee la representación de diversas líneas de productos complementarios que no compiten entre ellos. Opera bajo un contrato a tiempo determinado, renovable según resultados, el cual debe definir territorio, términos de venta, método de compensación, causas y procedimientos de rescisión del contrato, etc. El agente puede operar con o sin exclusividad.

Es siempre conveniente establecer claramente en el contrato con el agente si se le otorga autoridad legal o no, para representar y comprometer a la empresa.

Distribuidores

El distribuidor es un comerciante extranjero que compra los productos al exportador peruano y los vende en el mercado donde opera. Es regla general que el distribuidor mantenga un stock suficiente de productos y que se haga cargo de los servicios pre y post-venta, liberando al productor de tales actividades. Los distribuidores -que muy raramente llegan al consumidor final, sirviendo generalmente al mercado minorista- suelen completar su oferta con otros productos y/o marcas complementarias, no competitivas entre sí.

Los términos de pago y el tipo de relación entre el exportador y el distribuidor extranjero están regidos por un contrato entre dichas partes.

Minoristas

El importante crecimiento comercial de las grandes cadenas minoristas ha creado excelentes oportunidades para este tipo de venta. El exportador contacta directamente a los responsables de compras de dichas cadenas. Se puede apoyar este tipo de venta a través del envío de catálogos, folletos, etc. Se cuenta con nuevos métodos informáticos que facilitan llegar a un público más amplio, reduciendo -en cierta medida- los gastos originados por viajes y por el pago de comisiones a intermediarios. No obstante, debe tenerse presente que el contacto personal con los potenciales clientes sigue siendo la herramienta más eficaz.

Venta directa a consumidores finales

Una empresa puede vender sus productos directamente a consumidores finales de otros países. Este es un método utilizado más bien por grandes empresas, puesto que exportar de esta manera requiere grandes esfuerzos de marketing y el exportador asume todas las actividades de envío de la mercadería, de importación en el mercado de destino, de prestación de servicios pre y post-venta, de cobro, etc.

D. Exportación Indirecta

A través de la venta a clientes nacionales, que luego exportan el producto. Es como vender a cualquier otro cliente nacional. En esta situación, es otro el que decide qué producto puede ser vendido en un mercado extranjero, asumiendo las tareas de investigación de mercados y la gestión de la exportación.

Esta es una forma interesante de comenzar a colocar los productos propios en el extranjero.

En esta situación es esencial que el productor (proveedor) identifique con precisión las empresas susceptibles de estar interesadas en sus productos, estableciendo una estrecha relación con las mismas, pues su éxito comercial dependerá de la capacidad de interpretar las necesidades de la empresa exportadora. Esto permite una integración eficaz del proceso productivo, fortaleciendo la relación comercial.

También es importante que el productor se mantenga bien informado sobre las tendencias de los mercados donde la empresa vendedora coloca sus productos, pues ello le permite establecer estrategias relativas a los mismos y a sus clientes exportadores.

Es importante destacar que el productor puede luego encontrar la oportunidad de exportar directamente.

A través de intermediarios. En este caso la empresa exporta, por ejemplo, a través de una "trading" (sociedad intermediaria) que busca los compradores en los mercados extranjeros.

Esta forma de exportar es utilizada por pequeñas empresas que no se sienten en condiciones de comprometerse con la exportación directa; o bien por empresas que ya exportan, pero que eligen la vía del intermediario para ingresar a nuevos mercados.

La principal ventaja de la exportación indirecta, para una pequeña o mediana empresa, es que ésta es una manera de acceder a los mercados internacionales sin tener que enfrentar la complejidad de la exportación directa.

El principal inconveniente de este tipo de exportación es la necesidad de encontrar intermediarios adecuados que tengan posibilidades concretas de colocar los productos. De esta forma, la selección del intermediario es crucial, ya que el productor o la empresa dependerán totalmente de la capacidad de venta del mismo.

Una alternativa a tener en cuenta es la creación de una trading común para diversas PYMES productoras. Es un concepto similar al que puede presentar un consorcio de exportación o agrupación para la exportación. Estas organizaciones resultan particularmente útiles para las PYMES, las cuales están, por lo general, limitadas en su capacidad comercial internacional individual.

En estas agrupaciones de comercialización, las diferentes empresas productoras aúnan esfuerzos y recursos, con el objetivo de ingresar conjuntamente a los mercados internacionales. Estas agrupaciones de comercialización

pueden también ser sumamente útiles en la resolución de problemas relativos a la producción y el control de la calidad. La agrupación de comercialización es, asimismo, un excelente instrumento "multiplicador" de las capacidades individuales de las empresas que la componen. Las empresas agrupadas podrían organizar, por ejemplo, campañas de publicidad y promoción en un determinado mercado, iniciativa que la mayoría de las empresas no podrían emprender por sí solas.

De esta manera, algunos competidores en el territorio nacional pueden ser paralelamente socios de éxito en el campo de la exportación, situación que es frecuente encontrar en el comercio internacional. Por ello, es necesario que el empresario participe y promueva activamente la constitución de este tipo de organizaciones, donde sus miembros poseen un control más directo sobre las operaciones que el que podrían ejercer sobre un intermediario.

2.2.5. Exporta Fácil

Según el portal web de Servicios Postales del Perú (SERPOST) Exporta Fácil es un mecanismo promotor de exportaciones diseñado principalmente para el micro y pequeño empresario, mediante el cual podrá acceder a mercados internacionales.

Esto ha sido posible gracias a la participación interinstitucional de la SUNAT, SERPOST, PROMPERU, Ministerio de Transportes y Comunicaciones (MTC), MI EMPRESA, Ministerio de Economía y Finanzas (MEF), Ministerio de Relaciones Exteriores (MRE), Agencia Peruana de Cooperaciones Internacional (APCI), Ministerio de Trabajo y Promoción Social (MTPS), Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR) y Consejo Nacional de Competitividad (CNC)

2.2.5.1. Beneficios

De acuerdo al portal web de SERPOST, los beneficios que ofrece el Exporta Fácil son:

- Simplificación de procesos logísticos de comercio Internacional.
- Ingreso de divisas por el aumento de exportaciones.
- Motivación para la Formalización-
- Mayor participación de las micro, pequeña y medianas empresas (MIPYMES) que representan el 98% de las unidades económicas del país y el 75% de la Población Económicamente Activa (PEA), en el mercado internacional.
- Crecimiento del número de mercados de destino de las exportaciones de cada región.
- Descentralización: posibilidad de realizar exportaciones desde cualquier parte del país, integrando las MIPYMES locales al mercado internacional.
- Generación de una cultura exportadora en el país.

2.2.5.2. Requisitos

De acuerdo al portal web de SERPOST, los requisitos son:

- Contar con el Registro Único de Contribuyentes (RUC) y la Clave SOL, con ellos puedes acceder al Exporta Fácil.
- Tener una mercancía a exportar.
- Tener un cliente en el extranjero.
- Llenar la Declaración de Exporta Fácil (DEF).
- Presentar la mercancía en las oficinas de SERPOST

2.2.5.3. Restricciones

Según Decreto Supremo N°163-2009-EF (2009) no se podrán exportar mercancías que excedan el monto máximo de exportación por DEF. El servicio permite enviar mercadería con un valor máximo de cinco mil y 00/100 dólares americanos

(US\$5,000) por declaración, con pesos menores a 30 Kg. Una exportación (1 DEF); se pueden preparar varios bultos que no excedan 30 Kg, cada uno.

2.2.6. Modelo de Evaluación de Impacto

Se denomina a los cambios permanentes y las mejoras de la calidad de vida, producidos por el proyecto, es decir, se enfoca en conocer la sostenibilidad de los cambios alcanzados y los efectos imprevistos (positivos o negativos) que en nuestro caso del programa Exporta Fácil. Esta evaluación necesariamente debe ser realizada luego de un tiempo de culminado el proyecto y no inmediatamente éste concluya el tiempo recomendado para efectuar la evaluación de impacto es de 5 años.

Cabe considerar que las evaluaciones ex-ante y de proceso son consideradas como evaluaciones formativas debido a que se producen mientras se da la preparación y/o ejecución del proyecto y sus conclusiones sirven para optimizar la ejecución del mismo; en tanto que las evaluaciones de resultados y de impacto vienen a ser evaluaciones sumativas que ocurren al culminar el proyecto e incluso un tiempo después de haber culminado, ocurriendo que sus conclusiones servirán para ser transferidas a otras experiencias pero ya no podrán tener una aplicación directa en el proyecto que ha concluido.

La evaluación del impacto se inició sobre el tema ambiental a finales de la década de los años 60's en los países desarrollados, como un proceso de análisis y prevención de impactos ambientales, ante la presión de grupos ambientalistas y de la población en general. Más tarde, se incorpora la evaluación del impacto social de los proyectos como un concepto más amplio, que incluía no sólo el medio ambiente sino también a la comunidad. Actualmente, el concepto de impacto social incluye no sólo los resultados previstos sino también aquellos que no se previeron. Igualmente, contempla los efectos, tanto positivos como negativos que se

podrían presentar luego de la implementación de un determinado programa o proyecto en un grupo social o una comunidad.

Por su parte, Suchman Edward. (1967) define la evaluación como *“el proceso para juzgar el mérito de alguna actividad y de esa manera, conocer los procesos aplicados y las estrategias, que permiten su comprensión y redefinición, en el caso de que ésta última sea necesaria. De acuerdo con este autor, el propósito principal de la evaluación es descubrir la efectividad de un proyecto y/o programa y para esto, se toma como base de comparación sus objetivos, a la luz de la relación entre los objetivos y sus presuposiciones”*.

Stufflebeam Daniel (1967) define la evaluación como *“el proceso de identificar, obtener y proporcionar información útil y descriptiva sobre el valor y el mérito de las metas; la planificación, la realización y el impacto de un objeto determinado, con el fin de servir de guía para la toma de decisiones; solucionar los problemas de responsabilidad y promover la comprensión de los fenómenos implicados. Así, los aspectos claves del objeto que deben valorarse incluyen sus metas, su planificación, su realización y su impacto”*. En este caso, el autor parte de la premisa que el objetivo final de la evaluación no es “demostrar”, sino “perfeccionar”.

La definición realizada por la ONU en 1984, expresa que *“la evaluación constituye el proceso en que se determina, de manera sistemática y objetiva, la pertinencia, eficiencia, eficacia e impacto de las actividades en relación con los objetivos planteados para la realización de estas (Urrutia Barroso L. El sistema de monitoreo y evaluación en el contexto de los Proyectos APPL/PDL/UNIFEM. 2004. Observaciones no publicadas). La finalidad de la evaluación, de acuerdo con esta definición, es la mejora de las actividades en su desarrollo, para contribuir en la planificación, programación y la toma de decisiones”*.

La evaluación post, se corresponde con la finalización inmediata de la ejecución del proyecto, donde se detectan, registran y analizan los resultados. Con la evaluación ex post, que se realiza tiempo después

(meses o años) de concluida la ejecución, se valoran los resultados mediatos y alejados, consolidados en el tiempo.

De acuerdo con González C. (2004), *“la evaluación ex post entraña un análisis de efectos y resultados de un proyecto una vez ejecutado y finalizado. La autora expresa que los elementos de la evaluación ex post son: eficacia, eficiencia, pertinencia, viabilidad e impacto. Como puede observarse, sitúa la evaluación de impacto dentro de la evaluación ex post”*. Sin embargo, enfatiza en que la evaluación de impacto es más amplia que las evaluaciones de eficacia y efectividad por cuanto incluye todos los efectos posibles, tanto positivos como negativos, previstos o no previstos, locales, regionales o nacionales y mide las consecuencias que determinada acción tuvo sobre el medio, consecuencias que pueden ser económicas, técnicas, sociales, culturales, políticas ecológicas u otras.

Para la autora Paula Amaya (2003), considera el impacto a *“los cambios producidos en los individuos, el trabajo en equipo, los contextos organizacionales, y las políticas públicas que en parte pueden atribuirse a la participación de personas u organizaciones en un proyecto..., algunos de estos cambios pueden ser reconocidos o visualizados en relevamientos factibles de ser realizados más allá del propio programa o proyecto, incluyendo contextos diferentes al académico, en momentos posteriores a la participación en una actividad de formación. Donde el mayor desafío será registrar, analizar y reflexionar sobre las transformaciones en las prácticas laborales que las personas atribuyen a los procesos de aprendizaje en los cuales participaron”*.

En el terreno específico de la evaluación de impacto, Cohen y Franco (1977) exponen que esta evaluación *“trata de determinar si hubo cambios, la magnitud que tuvieron, a qué segmentos de la población objetivo afectaron y en qué medida (y) qué contribución realizaron los distintos componentes del proyecto al logro de sus objetivos”*.

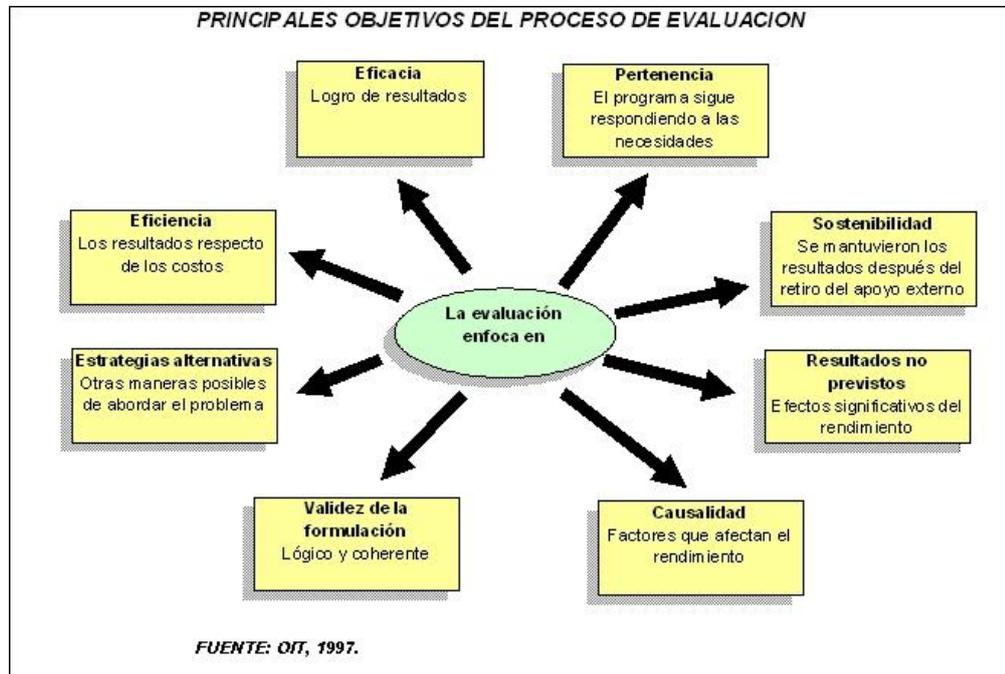
Baker J. (2012) entiende por evaluación de impacto, *“el análisis que tiene como objetivo determinar de manera más general si un programa produjo los efectos deseados en las personas, hogares e instituciones y si esos*

efectos son atribuibles a la intervención del programa. La autora expone que este tipo de evaluación permite además, examinar las consecuencias no previstas en los beneficiarios, sean éstas positivas o negativas, en lo cual coincide con otros autores anteriormente citados”.

Abdala K. (2002) amplía esta definición y afirma que la denominación de evaluación de impacto contempla *“el proceso evaluatorio, orientado a medir los resultados de las intervenciones, en cantidad, calidad y extensión según las reglas preestablecidas. Así, la medida de los resultados, que constituye la característica principal de la evaluación de impacto, permite comparar el grado de realización alcanzado con el grado de realización deseado y, a su vez, compara la planeación con el resultado de la ejecución”.* Más adelante, el mismo autor explica que *“...la evaluación de impacto abarca todos los efectos secundarios a la planeación y a la ejecución: específicos y globales; buscados -según los objetivos o no-; positivos, negativos o neutros; directos o indirectos -la sola puesta en marcha del programa puede generar efectos sobre los directamente involucrados hasta la sociedad toda”.*

Finalmente, la autora Blanca Esther Libera Bonilla (Cuba-2006), manifiesta que puede concluirse entonces que, de una forma u otra, *“todos los conceptos coinciden en contemplar la evaluación de impacto como la valoración de los resultados de la aplicación de una acción en un grupo, que indaga en todo tipo de efectos, tanto los buscados, de acuerdo con los objetivos de la acción, como otros no planificados”.*

Gráfico 1 Objetivos del Proceso de Evaluación



En el Gráfico 01 se muestra los objetivos del proceso de evaluación propuestos por la Organización Internacional de Trabajo (OIT) entre los que se pueden destacar los siguientes:

Eficacia. Tiene que ver con el logro de los resultados. ¿Se alcanzaron los resultados proyectados? ¿Por qué?

Eficiencia. Se medirá en base a los costos de cada una de las microempresas, estos costos son de tiempo, producción, operación.

Sostenibilidad. Se medirá en base al impacto económico que tienen las empresas esto se lograra evidenciar en base al número de envíos e incremento de ventas, que están tenga a lo largo de los años.

En la presente se consideraron únicamente estas tres dimensiones porque para la evaluación de este tipo de empresas es decir microempresas, son las dimensiones que más factibles son para tomar en evaluación.

2.2.7. Microempresa:

El proceso de globalización, la transformación tecnológica, la competencia entre las empresas, las crisis económicas, la migración, el crecimiento demográfico, etc., que han sucedido a través de los años, han modificado las estructuras productivas de las economías para adecuarse a las nuevas condiciones de competencia internacional, donde el mercado de trabajo no ha sido ajeno, por lo que se han venido creando nuevas formas de trabajar. Las microempresas han cobrado cada vez mayor importancia, entre otras cosas por el hecho de que tales organizaciones tienen la capacidad de producir puestos de trabajo con menores requerimientos de capital, demostrando el potencial innovador para enfrentar la flexibilidad productiva.

Diversos autores han dado una definición cualitativa de microempresa, sin embargo, las cualidades que señalan no muestran diferencias que permitan separar a las empresas muy pequeñas de las demás, porque estas cualidades son aplicables en todos los tamaños de empresa (micro, pequeña, mediana y grande). Además, muchas veces incluyen y confunden los conceptos de micro y pequeña, generando ambigüedades y confirmando que muchas veces micro se usa como sinónimo de pequeño

El planteamiento fundamental es qué tan pequeña debe ser una empresa para ser clasificada como microempresa y no como pequeña empresa, y si el ser muy pequeña conduce a no ser algo diferente a una empresa. Para comenzar, el término “micro” es un prefijo en la composición de palabras y significa muy pequeño según la Real Academia Española.

Por ejemplo, Freddy Rivero (2001) define a la microempresa como *“pequeña unidad socioeconómica de producción, comercio o prestación de servicios, cuya creación no requiere de mucho capital y debido a su tamaño existe un uso productivo y eficiente de los recursos.”*

Samuel Carpintero (1998) las define como *“pequeñas unidades de producción, comercio o prestación de servicios, en la que se puede*

distinguir elementos de capital, trabajo y tecnología, aunque todo ello esté marcado por un carácter precario”.

En la legislación Peruana según la Ley N° 28015 Ley de promoción y formalización de la micro y pequeña empresa (2003), define a la microempresa como *“la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios”* En cuanto a sus características, son en base al número de trabajadores y las ventas anuales. Así, la microempresa abarca de 1 a 10 trabajadores inclusive y tiene ventas anuales de un monto máximo de 150 Unidades Impositivas Tributarias (UIT).

2.3. Definición de términos básicos

2.3.1. MYPE:

La Micro y Pequeña Empresa es la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios.

2.3.2. PYME:

Siglas que se utilizan para hacer referencia a las pequeñas y medianas empresas que existen en el mercado de un país. Las pequeñas y medianas empresas o PYMES se caracterizan por ser diferentes a las grandes empresas, especialmente diferentes de las gigantescas multinacionales que son comunes en la actualidad. Las PYMES por lo general están compuestas por una cantidad limitada de personas o trabajadores, cuentan con un presupuesto mucho más reducido y por lo tanto reciben cierta ayuda o asistencia de los gobiernos correspondientes.

2.3.3. Exportación:

Venta de bienes y servicios de un país al extranjero; es de uso común denominar así a todos los ingresos que recibe un país por concepto de venta de bienes y servicios, sean estos tangibles o intangibles.

2.3.4. Mercado:

Es el conjunto de 1) compradores reales y potenciales que tienen una determinada necesidad y/o deseo, dinero para satisfacerlo y voluntad para hacerlo, los cuales constituyen la demanda, y 2) vendedores que ofrecen un determinado producto para satisfacer las necesidades y/o deseos de los compradores mediante procesos de intercambio, los cuales constituyen la oferta. Ambos, la oferta y la demanda son las principales fuerzas que mueven el mercado.

2.3.5. Eficiencia:

Según el diccionario de la Real Academia Española, Eficiencia (Del lat. *efficientia*) es la capacidad de disponer de alguien o de algo para conseguir un efecto determinado.

Según Idalberto Chiavenato (2004), eficiencia es la *“utilización correcta de los recursos (medios de producción) disponibles. Puede definirse mediante la ecuación $E=P/R$, donde P son los productos resultantes y R los recursos utilizados.”*

2.3.6. Eficacia:

Según Robbins Stephen y Coulter Mary (2005), eficacia se define como "hacer las cosas correctas, es decir; las actividades de trabajo con las que la organización alcanza sus objetivos".

Para Reinaldo Olivera Da Silva (2002), la eficacia "está relacionada con el logro de los objetivos/resultados propuestos, es decir con la realización de actividades que permitan alcanzar las metas establecidas. La eficacia es la medida en que alcanzamos el objetivo o resultado".

2.3.7. Sostenibilidad:

Cualidad por la que un elemento, sistema o proceso, se mantiene activo en el transcurso del tiempo. Capacidad por la que un elemento resiste, aguanta, permanece.

CAPÍTULO 3. HIPÓTESIS

3.1. Formulación de la hipótesis

El programa Exporta Fácil ha tenido un impacto positivo en las microempresas exportadoras de la provincia de Trujillo en el periodo 2007 – 2012.

3.2. Operacionalización de variables

<u>VARIABLE</u>	<u>DEFINICIÓN</u>	<u>DEFINICIÓN OPERACIONAL</u>	<u>DIMENSIONES</u>	<u>SUBDIMENSIONES</u>	<u>INDICADOR</u>
VI: IMPACTO DEL PROGRAMA EXPORTA FÁCIL	Es el proceso en que se determina, de manera sistemática y objetiva, la pertinencia, eficiencia, eficacia e impacto de las actividades del Programa Exporta Fácil en relación con sus objetivos.	Acción en la cual se juzga el mérito del Programa Exporta Fácil para conocer los procesos aplicados y las estrategias que permiten su comprensión y redefinición.	IMPACTO ECONÓMICO	Eficiencia	N° de trámites realizados en la exportación US\$ ahorrados en DFI al año
				Eficacia	N° de mercados internacionales atendidos Valor de exportación por año Peso de exportación por año
				Sostenibilidad	N° de envíos realizados por año
VD: EXPORTACIÓN	Es el tráfico legítimo de bienes y/o servicios desde un territorio aduanero hacia otro territorio aduanero.	Uso del Programa Exporta Fácil en el aprovechamiento de las oportunidades comerciales del exterior.	FACTORES	Experiencia	Participación en Ferias internacionales por año
				Potencial de crecimiento del mercado	Frecuencia de pedidos por mercado
			TIPOS	Exportación definitiva	N° envíos/año con salida permanente del país
				Exportación temporal	N° envíos/año con salida temporal del país
			NIVELES	Exportación directa	N° de intermediarios en la exportación
				Exportación indirecta	N° de intermediarios en la exportación

CAPÍTULO 4. MATERIALES Y MÉTODOS

4.1. Tipo de diseño de investigación.

El tipo de diseño de investigación del trabajo realizado es no experimental de nivel correlacional.

4.2. Material de estudio.

4.2.1. Unidad de estudio.

Las microempresas exportadoras de la Provincia de Trujillo que son beneficiadas con el programa Exporta Fácil.

4.2.2. Población.

La población del presente estudio constituyen 137 microempresas exportadoras en la Provincia de Trujillo Región la Libertad, es to como información primaria únicamente tomadas de la base que han empleado el programa Exporta Fácil desde el año 2007 hasta el 2012 según información brindada por SERPOST.

4.2.3. Muestra.

La muestra es probabilística conformada por 44 empresas, seleccionadas por el nivel de envíos que estas han tenido, nuestras fuente primaria adquiridas por medio de encuestas y entrevistas.

$$n = \frac{Z^2 NPQ}{E^2 (N - 1) + Z^2 PQ} =$$

4.3. Técnicas, procedimientos e instrumentos.

4.3.1. Para recolectar datos.

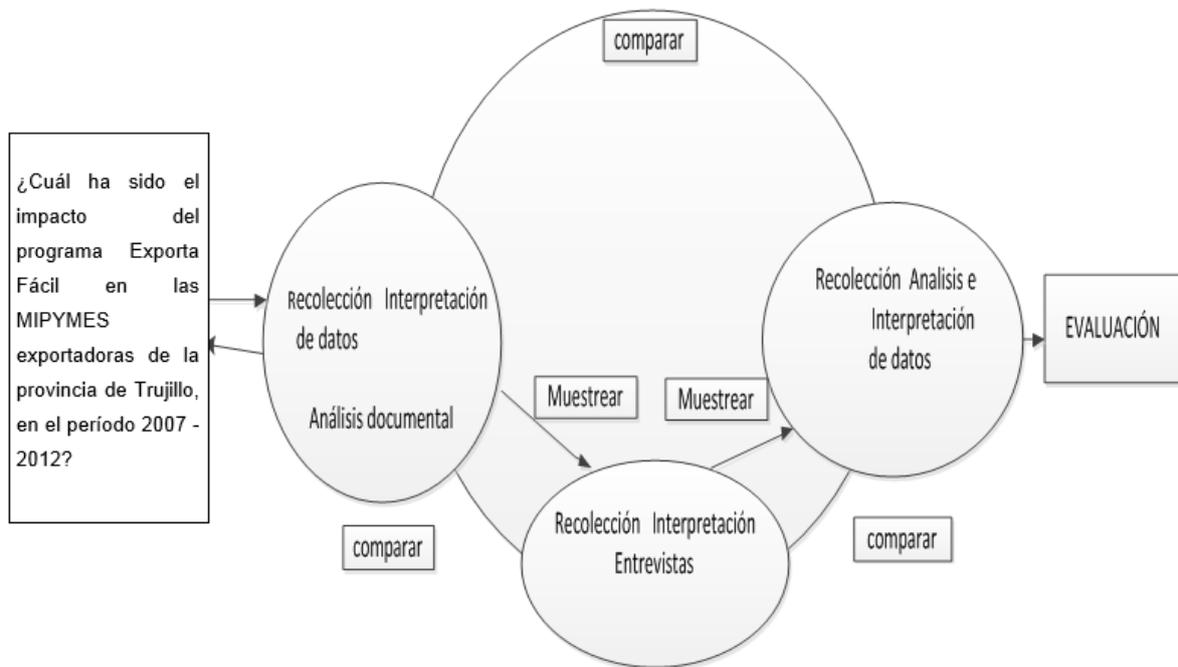
La primera fase de la investigación está relacionada con la investigación documental que consistió en analizar la siguiente documentación de las instituciones públicas:

- Planes estratégicos, plan de actividades, planes operativos, programas de desarrollo institucional y planes de trabajo y planes de monitoreo relacionados con el programa Exporta Fácil.
- Estadísticos de las instituciones públicas involucradas que reflejan el proceso de funcionamiento y logros del programa Exporta Fácil.

Para la segunda fase se realizaron entrevistas en base a 30 preguntas semiestructuradas a 44 micro, pequeños y medianos empresarios de la provincia de Trujillo.

Se aplicaron entrevistas con un cuestionario de 16 preguntas semiestructuradas a los funcionarios responsables del programa Exporta Fácil: SERPOST, PROMPERU y SUNAT.

Gráfico 2 Recopilación y Análisis de la Información del Estudio



Elaboración propia.

4.3.2. Para analizar información.

Se ha sistematizado en medida de lo posible la información obtenida de las empresas e instituciones considerando las características cualitativas de la misma.

Cuando ha sido posible, mediciones absolutas y relativas que permitan una mejor visualización y comparación de resultados, efectos e impactos.

Las fortalezas y debilidades identificadas en el transcurso de las entrevistas han sido procesadas empleando la matriz FODA.

CAPÍTULO 5. RESULTADOS

1. IDENTIFICAR LAS MICRO EMPRESAS EXPORTADORAS DE LA PROVINCIA DE TRUJILLO QUE HAN SIDO BENEFICIADAS POR EL PROGRAMA DE EXPORTA FÁCIL, DURANTE EL PERIODO 2007.-2012

Exporta Fácil es un mecanismo promotor de exportaciones diseñado principalmente para el micro, pequeño y mediano empresario, mediante el cual podrá acceder a mercados internacionales de una manera simplificada.

Para ello SERPOST, desempeña un rol fundamental en el Programa hasta el momento. Se trata de un nuevo operador postal surgido luego del cierre del que fuera el operador postal público. Es una persona jurídica de derecho privado organizada de acuerdo a la Ley de Actividad Empresarial del Estado y a la Ley General de Sociedades, cuya actividad principal es la prestación de los servicios postales en todas sus modalidades con ámbito de acción a nivel nacional e internacional.

Al igual que en el caso de los demás países, las principales fortalezas de SERPOST radican en la capilaridad de su red que llega a todo el territorio nacional y su pertenencia a una red internacional de correos. Como no tiene la exclusividad en sus servicios ni discriminación de usuarios, es el operador ideal para que el programa Exporta Fácil beneficie a la mayor cantidad de micro, pequeños y medianos empresarios en nuestro país, principalmente para nuestro interés en la provincia de Trujillo.

Según registros alcanzados por SERPOST, 137 usuarios a nivel microempresa beneficiados del programa Exporta Fácil en nuestra provincia, de los cuales presentamos a continuación:

Tabla 1 Microempresas de la provincia de Trujillo beneficiadas del programa Exporta Fácil en el periodo 2007-2012 que cumplen las variables de Impacto.

Nº	Nombre de Empresa	Nº de Envíos
1	SAAVEDRA GRADOS CARMEN DEL ROSARIO	213
2	DEN HOND PETER	68
3	CARBAJAL FLORES LIDIA ESTHER	59
4	ABANTO SARMIENTO ALFREDO GONZALO	50
5	ECOSHOP E.I.R.L.	31
6	CABRERA PINEDO FREDY	19
7	GONZALEZ DOWLING RENE MANUEL	18
8	MORENO ROMERO ELISEO ABRAHAM	18
9	JAQUEMATEHOY GROUP E.I.R.L.	14
10	ASOCIACION ARTESANAL PARROQUIAL SANTA MAGDALENA	13
11	CORDILLERA STYLE S.A.C.	13
12	CAM'S FOOD TRADE SAC	12
13	CONSORCIO VEGAZA S.A.C.	11
14	ULLOA SANCHEZ YENCIN WILLAN	11
15	AVILA REYES WILMER ISMAEL	10
16	PERUVIAN GROUP QUEENOVA S.R.L.	10
17	ETSAM NUGKUAG YRENE	7
18	REPRESENTACIONES GAUQUIMA S.A.C.	7
19	SUMAQKAY PERUVIAN EXPORTATION & IMPORTATION S.R.L.	6
20	CALDERON ACUÑA DE CRUZADO ROSA ANGELICA	6
21	LEON CASTRO SARA INES	5
22	PA MONNET BENJAMIN	5
23	SHULLAI SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	5
24	TUESTA CHUQUIRUNA DE CRUZADO MARIA ROSSMERY	5
25	CLAUDIATEX EIRL	4
26	CONDE NINAQUISPE CARLOS ENRIQUE	4
27	KEY CENTER S.A.C.	4
28	VASQUEZ GUTIERREZ JUAN JESUS	4
29	CALZADOS CARDIZZA S.A.C.	3
30	CHANG PIERRE NEGOCIOS MULTIPLES S.A.C	3
31	CRANEPERU S.A.C.	3
32	MASERG S.A.C	3
33	MELLENDEZ DE TAPIA SONIA MARLY	3

34	MEYER PERU S.A.C.	3
35	MUNDO DE NIÑOS E.V'	3
36	RODRIGUEZ GAMBOA EMILIO ENRIQUE	3
37	SANCHEZ ASMAT FLOR MERY	3
38	TELCOM IP S.A.C.	3
39	COMEX MAJEVEK S.A.C.	3
40	CONDE NINAQUISPE CARLOS ENRIQUE	3
41	CONSORCIO VEGAZA S.A.C.	3
42	CORDILLERA STYLE S.A.C	3
43	CORTEZ CRUZADO RENZO BRADDOCK ANDREUS	3
44	CRANEPERU S.A.C.	3

EMPRESAS	TAMAÑO	CANTIDAD (envíos)	VALOR FOB EN US\$	SECTORES	VARIABLES					
					EFICACIA			EFICIENCIA		SOSTENIBILIDAD
					I1	I2	I3	I1	I2	I1
Saavedra Grados Carmen del Rosario	Micro	213	40,779.00	Bisutería	X	X	X	X		X
Den Hond Peter	Micro	68	29,303.00	Otros (Postales)	X	X	X	X		X
Carbajal Flores Lidia Esther	Micro	59	1,849.00	Artesanía	X	X	X	X		X
Abanto Sarmiento Alfredo Gonzalo	Micro	50	6833.00	Artesanía	X	X	X	X		X

Nota:

En la variable Eficacia:

I1: N° de mercados internacionales atendidos

I2: Valor FOB de exportación por año

I3: Peso de Exportación por año

En la variable Eficiencia:

I1: N° de trámites realizados en la exportación

I2: US\$ ahorrados en DFI al año

Sostenibilidad:

I1: N° de envíos realizados por año

Tabla 2 Microempresas de la provincia de Trujillo beneficiadas del programa Exporta Fácil en el periodo 2007-2012 según el rango de envíos.

	Nombre de Empresa	N° de Envíos				
		0 - 5	6 - 15	16 - 30	31 - 50	51 - más
1	ABANTO SARMIENTO ALFREDO GONZALO				X	
2	AHLE INCHI S.R.L.	X				
3	ALBAN FLORIAN LAURA CECILIA	X				
4	ALL TEXTIL S.A.C.	X				
5	ALMUZE PISCO S.A.C.	X				
6	ALPACA PERU PETIT SOCIEDAD COMERCIAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA	X				
7	ALPAMEX S.A.C.	X				
8	ALVA FLORES LUZ CARLOTA	X				
9	ALVARADO MORENO JOSE MIGUEL	X				
10	ANDERSON OLGUIN JAIME RAUL	X				
11	ANGULO ZARATE FAUSTO FERNANDO	X				
12	ANKA TRUJILLO EXPORTS S.A.C.	X				
13	ANTARK CONSTRUCTORA Y SERVICIOS GENERALES SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	X				
14	ARTESANIAS PERUANAS LIKAVAPI S.A.C.	X				
15	ASOCIACION ARTESANAL PARROQUIAL SANTA MAGDALENA		X			
16	ATUSPARIA S.R.L.	X				
17	AUTOPARTES ARY S.A.C.	X				
18	AVILA REYES WILMER ISMAEL		X			
19	BABY CUCHI S.A.C.	X				
20	BARBOZA BEINGOLEA JORGE	X				
21	BOCANEGRA CARRANZA JULIO CESAR	X				
22	CABANILLAS BURGOS MARIA ELIZABETH	X				
23	CABRERA PINEDO FREDY			X		
24	CALDERON ACUÑA DE CRUZADO ROSA ANGELICA	X				

25	CALZADOS CARDIZZA S.A.C.	X				
26	CALZADOS DI CARLO E.I.R.L.	X				
27	CAMACHO VARGAS HOMERO ANGEL	X				
28	CAM'S FOOD TRADE SAC		X			
29	CARBAJAL FLORES LIDIA ESTHER					X
30	CB REPRESENTACIONES Y SERVICIOS GENERALES S.R.L.	X				
31	CERNA CHAVARRY CINTIA KELLY	X				
32	CHANG PIERRE NEGOCIOS MULTIPLES S.A.C	X				
33	CHAVEZ AVALOS ANIVAL	X				
34	CHAVEZ SANCHEZ MARIA LUISA	X				
35	CHOLAN CABANILLAS LIDIA ROSA	X				
36	CLAUDIATEX EIRL	X				
37	COMERCIALIZADORA KAP COXPORT	X				
38	COMERCIALIZADORA ZARPOL S.A.C.	X				
39	COMEX MAJEVEK S.A.C.	X				
40	CONDE NINAQUISPE CARLOS ENRIQUE	X				
41	CONSORCIO VEGAZA S.A.C.		X			
42	CORDILLERA STYLE S.A.C.		X			
43	CORTEZ CRUZADO RENZO BRADDOCK ANDREUS	X				
44	CRANEPERU S.A.C.	X				
45	DEN HOND PETER					X
46	DISCOR ACHA EIRL	X				
47	DURAN SOSA NIEL JHOAN	X				
48	ECOSHOP E.I.R.L.				X	
49	ESPARZA CASTILLO MARIA EUGENIA	X				
50	ESSENTIAL OILS PERU SAC	X				
51	ETSAM NUGKUAG YRENE		X			
52	EXPERIENCIA GOURMET S.A.C.	X				
53	EXPOLATINA EIRL	X				
54	FASSHAUER MAGHLORIO CESAR RAFAEL	X				
55	FLOREANO AVILA CESAR LUIS	X				
56	GALLARDO ZAPATA MANUELA MARGARITA	X				
57	GARCIA ESPARZA TERESA ELOISA	X				
58	GERONIMO ESCOBAL NOE AMADOR	X				
59	GOICOCHEA VILLAR JULIO RAMON	X				
60	GOMEZ CARDONA OMAR DARIO	X				
61	GONZALEZ DOWLING RENE MANUEL			X		

62	GUZMAN CASTRO CELINDA MARILU	X				
63	HOLGUIN ALVARADO LEONILA LEONIDES	X				
64	IMPORT EXPORT SAN JUDAS TADEO E.I.R.L.	X				
65	IMPORTADORA Y EXPORTADORA JJK S.A.C.	X				
66	INDUSTRIAS SAN JUDAS TADEO E.I.R.L.	X				
67	INKA SILVER S.A.C.	X				
68	JAQUEMATEHOY GROUP E.I.R.L.		X			
69	JORDAN LEDESMA DE CORTEZ MARIA ELIZABETH	X				
70	KAIROS INVESTMENTS E.I.R.L.	X				
71	KEY CENTER S.A.C.	X				
72	KRISHNA CORPORACION S.A.C.	X				
73	L & C INVERSIONES Y SERVICIOS GENERALES E.I.R.L.	X				
74	LAVADO ORBEGOZO KATHERINE LISSETTE	X				
75	LEON CASTRO SARA INES	X				
76	LOZADA LOZADA CLARITA DEL PILAR	X				
77	MARQUINA URIOL FELIX AMADEO	X				
78	MASERG S.A.C	X				
79	MC' CUBBIN VILLEGAS BRUNO	X				
80	MEGAQUIMICOS & COMPAÑIA S.A.C.	X				
81	MELENDEZ DE TAPIA SONIA MARLY	X				
82	MEYER PERU S.A.C.	X				
83	MININGCLASS INVEST PERU CORPORATION S.A.C.	X				
84	MODIPLAT E.I.R.L.	X				
85	MONTOYA GUANILO MARGOT RAQUEL	X				
86	MORENO ROMERO ELISEO ABRAHAM			X		
87	MOSTACERO DE PLASENCIA DORINDA	X				
88	MOZO AVALOS SARA YANELI	X				
89	MUNDO DE NIÑOS E.V'	X				
90	NEOCERAMITAX S.R.L.	X				
91	NORTEX PORT PERU SAC	X				
92	ORBEGOZO GALLARDO MIRIAM SOLEDAD	X				
93	PA MONNET BENJAMIN	X				
94	PACIFIC LEATHER S.R.L.	X				
95	PERUVIAN EVOLUTION IN FRUIT S.A.C.	X				
96	PERUVIAN GROUP QUEENOVA S.R.L.		X			
97	PERUVIAN ORIGINS FOR WORLD S.A.C.	X				
98	PROGLHOF RUTH	X				

99	QUISPE ALVARADO ABSALON ANTERO	X				
100	QUISPE ROJAS MELISA LISBETT	X				
101	REALEZA COLLECTION E.I.R.L.	X				
102	REPRESENTACIONES GAUQUIMA S.A.C.		X			
103	REYES OSORIO GLADYS VERONICA	X				
104	RIOS DE LA CRUZ CARLOS WILFREDO	X				
105	RODRIGUEZ GAMBOA EMILIO ENRIQUE	X				
106	RODRIGUEZ VILLEGAS ELVIRA	X				
107	ROJAS ZARATE PERCY IVAN	X				
108	SAAVEDRA GRADOS CARMEN DEL ROSARIO					X
109	SABOGAL ALVARADO CARMEN DEL ROCIO	X				
110	SACHAINCHI EXPORTPERU S.A.C.	X				
111	SANCHEZ ASMAT FLOR MERY	X				
112	SANTOS ROJAS VICTORIA GRACIELA	X				
113	SERVICIOS GENERALES E INVERSIONES KATBEL S.A.C.	X				
114	SEVEN LIFE SAC	X				
115	SHINE ON S.A.C.	X				
116	SHULLAI SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	X				
117	SNAQPERU S.A.C.	X				
118	SOCIEDAD AGRICOLA SIERRA VERDE S.A.C.	X				
119	SOCIETE DOUCE S.A.C.	X				
120	SOTO DIAZ LUISA GABRIELA	X				
121	SPECIES AGROEXPORT S.A.C.	X				
122	SUMAQKAY PERUVIAN EXPORTATION & IMPORTATION S.R.L.		X			
123	TELCOM IP S.A.C.	X				
124	TELLO TORRES LAURA ISABEL	X				
125	TORRES SISNIEGAS CARINA ISABEL	X				
126	TRAMA PERU S.A.C	X				
127	TRUXTILFG S.A.C.	X				
128	TUESTA CHUQUIRUNA DE CRUZADO MARIA ROSSMERY	X				
129	ULLOA SANCHEZ YENCIN WILLAN		X			
130	URBINA DE VILLACORTA JULIA CARMEN	X				
131	VASQUEZ GUEVARA CRISTIAN DANIEL	X				
132	VASQUEZ GUTIERREZ JUAN JESUS	X				
133	VELARDE ROMERO JUAN JOSE	X				
134	VENTURO VARGAS KARLA TATIANA	X				

135	VEREAU ALFARO ESTUARDO	X				
136	YAKUDEN REYES MARIA DEL CARMEN	X				
137	ZAVALETA RODRIGUEZ ISABEL MARCELA	X				

Fuente: SERPOST
Elaboración Propia

Como se aprecia en la Tabla 2 identificamos que el 86.13% representado por 118 micro empresas han realizado entre 1 a 5 envíos en el periodo 2007 – 2012. El 8.03 % representado por 11 micro empresas han realizado entre 6 – 15 envíos durante el periodo en estudio. El 2.19 % representado por 3 micro empresas ha realizado entre 16 – 30 envíos en el mismo periodo. El 1.46 % representado por micro empresas han realizado entre 31- 50 envíos durante el periodo 2007-20012. El 2.19% representado por 3 micro empresas han realizado entre 51 a más envíos durante el mismo periodo. El micro exportador Carmen Saavedra Grados ha realizado 213 envíos en el rubro de Bisutería cuyo valor FOB es de US \$40,779.00 entre el 2008 – 2011 con un peso de las mercancías de 667 Kg, siendo este el principal producto exportado a través del programa. En otros rubros, Den Hond Peter realizó 68 envíos de tarjetas postales con un valor FOB US \$29303.00 entre el 2008 – 2010, mientras que ECOSHOP E.I.R.L alcanzó un valor FOB de US \$24,004.00 en 31 envíos de tarjetas entre el 2009 – 2011.

Tabla 3 Microempresas de la provincia de Trujillo beneficiadas del programa Exporta Fácil según el año.

Nº	Nombre de Empresa	2007	2008	2009	2010	2011	2012
1	ABANTO SARMIENTO ALFREDO GONZALO				X	X	X
2	AHLE INCHI S.R.L.				X		
3	ALBAN FLORIAN LAURA CECILIA				X		
4	ALL TEXTIL S.A.C.					X	
5	ALMUZE PISCO S.A.C.				X		
6	ALPACA PERU PETIT SOCIEDAD COMERCIAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA					X	
7	ALPAMEX S.A.C.				X		
8	ALVA FLORES LUZ CARLOTA			X			
9	ALVARADO MORENO JOSE MIGUEL			X			
10	ANDERSON OLGUIN JAIME RAUL						X

11	ANGULO ZARATE FAUSTO FERNANDO					X	
12	ANKA TRUJILLO EXPORTS S.A.C.					X	
13	ANTARK CONSTRUCTORA Y SERVICIOS GENERALES SOCIEDAD ANONIMA CERRADA						X
14	ARTESANIAS PERUANAS LIKAVAPI S.A.C.					X	
15	ASOCIACION ARTESANAL PARROQUIAL SANTA MAGDALENA		X	X	X		
16	ATUSPARIA S.R.L.			X			
17	AUTOPARTES ARY S.A.C.				X		
18	AVILA REYES WILMER ISMAEL					X	X
19	BABY CUCHI S.A.C.				X		
20	BARBOZA BEINGOLEA JORGE					X	
21	BOCANEGRA CARRANZA JULIO CESAR					X	
22	CABANILLAS BURGOS MARIA ELIZABETH				X		
23	CABRERA PINEDO FREDY			X		X	X
24	CALDERON ACUÑA DE CRUZADO ROSA ANGELICA					X	X
25	CALZADOS CARDIZZA S.A.C.					X	
26	CALZADOS DI CARLO E.I.R.L.					X	
27	CAMACHO VARGAS HOMERO ANGEL					X	
28	CAM'S FOOD TRADE SAC			X	X		
29	CARBAJAL FLORES LIDIA ESTHER				X	X	X
30	CB REPRESENTACIONES Y SERVICIOS GENERALES S.R.L.						X
31	CERNA CHAVARRY CINTIA KELLY						X
32	CHANG PIERRE NEGOCIOS MULTIPLES S.A.C					X	
33	CHAVEZ AVALOS ANIVAL					X	
34	CHAVEZ SANCHEZ MARIA LUISA						X
35	CHOLAN CABANILLAS LIDIA ROSA			X			
36	CLAUDIATEX EIRL		X				
37	COMERCIALIZADORA KAP COXPORT				X		
38	COMERCIALIZADORA ZARPOL S.A.C.				X		
39	COMEX MAJEVEK S.A.C.					X	
40	CONDE NINAQUISPE CARLOS ENRIQUE				X		
41	CONSORCIO VEGAZA S.A.C.				X		

42	CORDILLERA STYLE S.A.C.					X	X
43	CORTEZ CRUZADO RENZO BRADDOCK ANDREUS				X		
44	CRANEPERU S.A.C.					X	
45	DEN HOND PETER	X	X	X	X	X	
46	DISCOR ACHA EIRL			X			
47	DURAN SOSA NIEL JHOAN		X				
48	ECOSHOP E.I.R.L.			X	X	X	X
49	ESPARZA CASTILLO MARIA EUGENIA				X		
50	ESSENTIAL OILS PERU SAC						X
51	ETSAM NUGKUAG YRENE					X	X
52	EXPERIENCIA GOURMET S.A.C.					X	
53	EXPOLATINA EIRL		X				
54	FASSHAUER MAGHLORIO CESAR RAFAEL			X			
55	FLOREANO AVILA CESAR LUIS					X	
56	GALLARDO ZAPATA MANUELA MARGARITA				X		
57	GARCIA ESPARZA TERESA ELOISA	X					
58	GERONIMO ESCOBAL NOE AMADOR			X			
59	GOICOCHEA VILLAR JULIO RAMON		X				
60	GOMEZ CARDONA OMAR DARIO						X
61	GONZALEZ DOWLING RENE MANUEL		X	X	X	X	X
62	GUZMAN CASTRO CELINDA MARILU					X	
63	HOLGUIN ALVARADO LEONILA LEONIDES				X		
64	IMPORT EXPORT SAN JUDAS TADEO E.I.R.L.						X
65	IMPORTADORA Y EXPORTADORA JJK S.A.C.				X		
66	INDUSTRIAS SAN JUDAS TADEO E.I.R.L.						X
67	INKA SILVER S.A.C.					X	
68	JAQUEMATEHOY GROUP E.I.R.L.					X	X
69	JORDAN LEDESMA DE CORTEZ MARIA ELIZABETH					X	
70	KAIROS INVESTMENTS E.I.R.L.				X		
71	KEY CENTER S.A.C.	X	X				
72	KRISHNA CORPORACION S.A.C.					X	
73	L & C INVERSIONES Y SERVICIOS GENERALES E.I.R.L.					X	X
74	LAVADO ORBEGOZO KATHERINE					X	

	LISSETTE						
75	LEON CASTRO SARA INES			X	X		X
76	LOZADA LOZADA CLARITA DEL PILAR					X	
77	MARQUINA URIOL FELIX AMADEO		X				
78	MASERG S.A.C					X	X
79	MC' CUBBIN VILLEGAS BRUNO					X	
80	MEGAQUIMICOS & COMPAÑIA S.A.C.					X	X
81	MELLENDEZ DE TAPIA SONIA MARLY			X	X		
82	MEYER PERU S.A.C.				X		
83	MININGCLASS INVEST PERU CORPORATION S.A.C.					X	
84	MODIPLAT E.I.R.L.					X	
85	MONTOYA GUANILO MARGOT RAQUEL						X
86	MORENO ROMERO ELISEO ABRAHAM						X
87	MOSTACERO DE PLASENCIA DORINDA				X		
88	MOZO AVALOS SARA YANELI					X	
89	MUNDO DE NIÑOS E.V'		X	X			
90	NEOCERAMITAX S.R.L.					X	
91	NORTEX PORT PERU SAC				X		
92	ORBEGOZO GALLARDO MIRIAM SOLEDAD				X		
93	PA MONNET BENJAMIN					X	X
94	PACIFIC LEATHER S.R.L.			X			
95	PERUVIAN EVOLUTION IN FRUIT S.A.C.					X	
96	PERUVIAN GROUP QUEENOVA S.R.L.					X	X
97	PERUVIAN ORIGINS FOR WORLD S.A.C.					X	
98	PROGLHOF RUTH		X				
99	QUISPE ALVARADO ABSALON ANTERO		X	X			
100	QUISPE ROJAS MELISA LISBETT	X					
101	REALEZA COLLECTION E.I.R.L.				X		
102	REPRESENTACIONES GAUQUIMA S.A.C.			X	X		
103	REYES OSORIO GLADYS VERONICA					X	
104	RIOS DE LA CRUZ CARLOS WILFREDO					X	
105	RODRIGUEZ GAMBOA EMILIO ENRIQUE						X

106	RODRIGUEZ VILLEGAS ELVIRA					X	
107	ROJAS ZARATE PERCY IVAN						X
108	SAAVEDRA GRADOS CARMEN DEL ROSARIO		X	X	X	X	X
109	SABOGAL ALVARADO CARMEN DEL ROCIO			X	X		
110	SACHAINCHI EXPORTPERU S.A.C.					X	
111	SANCHEZ ASMAT FLOR MERY					X	X
112	SANTOS ROJAS VICTORIA GRACIELA				X		
113	SERVICIOS GENERALES E INVERSIONES KATBEL S.A.C.				X		
114	SEVEN LIFE SAC						X
115	SHINE ON S.A.C.				X		
116	SHULLAI SOCIEDAD ANONIMA CERRADA					X	X
117	SNAQPERU S.A.C.					X	
118	SOCIEDAD AGRICOLA SIERRA VERDE S.A.C.				X		
119	SOCIETE DOUCE S.A.C.				X		
120	SOTO DIAZ LUISA GABRIELA						X
121	SPECIES AGROEXPORT S.A.C.					X	
122	SUMAQKAY PERUVIAN EXPORTATION & IMPORTATION S.R.L.					X	
123	TELCOM IP S.A.C.						X
124	TELLO TORRES LAURA ISABEL						X
125	TORRES SISNIEGAS CARINA ISABEL		X				
126	TRAMA PERU S.A.C				X		
127	TRUXTILFG S.A.C.					X	
128	TUESTA CHUQUIRUNA DE CRUZADO MARIA ROSSMERY					X	X
129	ULLOA SANCHEZ YENCIN WILLAN					X	X
130	URBINA DE VILLACORTA JULIA CARMEN			X			
131	VASQUEZ GUEVARA CRISTIAN DANIEL			X			
132	VASQUEZ GUTIERREZ JUAN JESUS						X
133	VELARDE ROMERO JUAN JOSE		X				
134	VENTURO VARGAS KARLA TATIANA				X		
135	VEREAU ALFARO ESTUARDO				X		
136	YAKUDEN REYES MARIA DEL CARMEN						X
137	ZAVALETA RODRIGUEZ ISABEL						X

MARCELA						
---------	--	--	--	--	--	--

Fuente: SERPOST

Elaboración: Propia

Como se aprecia en la Tabla 3 identificamos que la mayor cantidad de envíos se logró realizar en el periodo 2011 teniendo un porcentaje del 32% en comparación del total es decir 58 envíos realizados por las micro empresas, este aumento se dio a que se empezó a difundir más el programa de Exporta Fácil, además que los microempresarios comenzaron a afianzar conocimientos en base a este medio de exportación Seguido por el periodo 2009 y 2012. En el periodo 2009 se logró un porcentaje de 23% haciendo esto una cantidad de 42 envíos, mientras que el periodo 2012 se logró un porcentaje de 22% haciendo un cantidad de envíos del 43. Teniendo como los periodos con menos envíos está el 2007 y 2008 representado por una cantidad total de 19 envíos, teniendo un porcentaje de 10%, esto se debió a que el programa Exporta Fácil estaba dando sus primeros pasos, estaba en sus inicios, en donde aún existía el temor de usar una nueva vía para la exportación, hasta que fue idealizando y captando más micro empresarios.

Tabla 4 Número de envíos mayores a 2, realizados por las microempresas de la provincia de Trujillo en el periodo 2007 - 2012.

Nº	Nombre de Empresa	Nº de Envíos
1	SAAVEDRA GRADOS CARMEN DEL ROSARIO	213
2	DEN HOND PETER	68
3	CARBAJAL FLORES LIDIA ESTHER	59
4	ABANTO SARMIENTO ALFREDO GONZALO	50
5	ECOSHOP E.I.R.L.	31
6	CABRERA PINEDO FREDY	19
7	GONZALEZ DOWLING RENE MANUEL	18
8	MORENO ROMERO ELISEO ABRAHAM	18
9	JAQUEMATEHOY GROUP E.I.R.L.	14
10	ASOCIACION ARTESANAL PARROQUIAL SANTA MAGDALENA	13
11	CORDILLERA STYLE S.A.C.	13
12	CAM'S FOOD TRADE SAC	12
13	CONSORCIO VEGAZA S.A.C.	11
14	ULLOA SANCHEZ YENCIN WILLAN	11
15	AVILA REYES WILMER ISMAEL	10
16	PERUVIAN GROUP QUEENOVA S.R.L.	10

17	ETSAM NUGKUAG YRENE	7
18	REPRESENTACIONES GAUQUIMA S.A.C.	7
19	SUMAQKAY PERUVIAN EXPORTATION & IMPORTATION S.R.L.	6
20	CALDERON ACUÑA DE CRUZADO ROSA ANGELICA	6
21	LEON CASTRO SARA INES	5
22	PA MONNET BENJAMIN	5
23	SHULLAI SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	5
24	TUESTA CHUQUIRUNA DE CRUZADO MARIA ROSSMERY	5
25	CLAUDIATEX EIRL	4
26	CONDE NINAQUISPE CARLOS ENRIQUE	4
27	KEY CENTER S.A.C.	4
28	VASQUEZ GUTIERREZ JUAN JESUS	4
29	CALZADOS CARDIZZA S.A.C.	3
30	CHANG PIERRE NEGOCIOS MULTIPLES S.A.C	3
31	CRANEPERU S.A.C.	3
32	MASERG S.A.C	3
33	MELLENDEZ DE TAPIA SONIA MARLY	3
34	MEYER PERU S.A.C.	3
35	MUNDO DE NIÑOS E.V'	3
36	RODRIGUEZ GAMBOA EMILIO ENRIQUE	3
37	SANCHEZ ASMAT FLOR MERY	3
38	TELCOM IP S.A.C.	3

Fuente: SERPOST
Elaboración Propia

En la Tabla 4 podemos identificar a 38 microempresarios los cuales realizaron el envío de alguna muestra y han tenido una respuesta positiva por parte de la empresa importadora, realizando de esta forma más de dos envíos, cabe resaltar también que de estas 38 micro empresas tan solo el 26% logran tener un cantidad de envíos superior a 10 envíos esto demuestra que 10 micro empresarios han tenido una mayor acogida en el mercado exterior logrando una mayor cantidad de envíos constantes. De todas estos 38 micro empresarios, debemos hacer hincapié a Carmen del Rosario Saavedra Grados, quien ha demostrado una constancia en sus envíos a lo largo de estos años, desde el 2007 hasta el 2012, esto se ve reflejado en la cantidad de envíos realizados en estos años, logrando un total de 213 envíos teniendo la mayor cantidad en el periodo 2011, lo que demuestra que si es factible realizar un proceso de exportación por este programa.

FOB de US \$1961.00 en 19 envíos de minerales como Pirita y Pirrotina entre el 2007 – 2012.

Tabla 5 Número de envíos igual a 1 realizados por los microempresarios de la provincia de Trujillo en el periodo 2007 - 2012.

Nº	Nombre de Empresa	Nº de Envíos
1	AHLE INCHI S.R.L.	1
2	ALBAN FLORIAN LAURA CECILIA	1
3	ALL TEXTIL S.A.C.	1
4	ALMUZE PISCO S.A.C.	1
5	ALPACA PERU PETIT SOCIEDAD COMERCIAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA	1
6	ALPAMEX S.A.C.	1
7	ANGULO ZARATE FAUSTO FERNANDO	1
8	ANKA TRUJILLO EXPORTS S.A.C.	1
9	ANTARK CONSTRUCTORA Y SERVICIOS GENERALES SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	1
10	ARTESANIAS PERUANAS LIKAVAPI S.A.C.	1
11	BABY CUCHI S.A.C.	1
12	BARBOZA BEINGOLEA JORGE	1
13	CAMACHO VARGAS HOMERO ANGEL	1
14	CERNA CHAVARRY CINTIA KELLY	1
15	CHAVEZ AVALOS ANIVAL	1
16	CHAVEZ SANCHEZ MARIA LUISA	1
17	CHOLAN CABANILLAS LIDIA ROSA	1
18	COMERCIALIZADORA KAP COXPORT	1
19	COMERCIALIZADORA ZARPOL S.A.C.	1
20	COMEX MAJEVEK S.A.C.	1
21	CORTEZ CRUZADO RENZO BRADDOCK ANDREUS	1
22	DISCOR ACHA EIRL	1
23	DURAN SOSA NIEL JHOAN	1
24	ESPARZA CASTILLO MARIA EUGENIA	1
25	ESSENTIAL OILS PERU SAC	1
26	EXPERIENCIA GOURMET S.A.C.	1

27	EXPOLATINA EIRL	1
28	FASSHAUER MAGHLORIO CESAR RAFAEL	1
29	FLOREANO AVILA CESAR LUIS	1
30	GALLARDO ZAPATA MANUELA MARGARITA	1
31	GARCIA ESPARZA TERESA ELOISA	1
32	GERONIMO ESCOBAL NOE AMADOR	1
33	GOMEZ CARDONA OMAR DARIO	1
34	HOLGUIN ALVARADO LEONILA LEONIDES	1
35	IMPORT EXPORT SAN JUDAS TADEO E.I.R.L.	1
36	IMPORTADORA Y EXPORTADORA JJK S.A.C.	1
37	INKA SILVER S.A.C.	1
38	JORDAN LEDESMA DE CORTEZ MARIA ELIZABETH	1
39	KRISHNA CORPORACION S.A.C.	1
40	LAVADO ORBEGOZO KATHERINE LISSETTE	1
41	LOZADA LOZADA CLARITA DEL PILAR	1
42	MC' CUBBIN VILLEGAS BRUNO	1
43	MININGCLASS INVEST PERU CORPORATION S.A.C.	1
44	MODIPLAT E.I.R.L.	1
45	MONTOYA GUANILO MARGOT RAQUEL	1
46	MOZO AVALOS SARA YANELI	1
47	NEOCERAMITAX S.R.L.	1
48	NORTEX PORT PERU SAC	1
49	ORBEGOZO GALLARDO MIRIAM SOLEDAD	1
50	PERUVIAN EVOLUTION IN FRUIT S.A.C.	1
51	PERUVIAN ORIGINS FOR WORLD S.A.C.	1
52	QUISPE ROJAS MELISA LISBETT	1
53	REALEZA COLLECTION E.I.R.L.	1
54	RIOS DE LA CRUZ CARLOS WILFREDO	1
55	RODRIGUEZ VILLEGAS ELVIRA	1
56	SACHAINCHI EXPORTPERU S.A.C.	1
57	SANTOS ROJAS VICTORIA GRACIELA	1
58	SERVICIOS GENERALES E INVERSIONES KATBEL S.A.C.	1
59	SEVEN LIFE SAC	1
60	SHINE ON S.A.C.	1
61	SNAQPERU S.A.C.	1
62	SOCIEDAD AGRICOLA SIERRA VERDE S.A.C.	1
63	SOCIETE DOUCE S.A.C.	1
64	SOTO DIAZ LUISA GABRIELA	1
65	SPECIES AGROEXPORT S.A.C.	1
66	TELLO TORRES LAURA ISABEL	1

67	TORRES SISNIEGAS CARINA ISABEL	1
68	TRAMA PERU S.A.C	1
69	URBINA DE VILLACORTA JULIA CARMEN	1
70	VASQUEZ GUEVARA CRISTIAN DANIEL	1
71	VELARDE ROMERO JUAN JOSE	1
72	VENTURO VARGAS KARLA TATIANA	1
73	VEREAU ALFARO ESTUARDO	1
74	ZAVALETA RODRIGUEZ ISABEL MARCELA	1

Fuente: SERPOST
Elaboración: Propia

En la tabla número 05 se muestran 74 microempresarios que solo realizaron un envío entre el periodo 2007 – 2012 teniendo un porcentaje de 54% del total. Esto significa que no realizaron un proceso exportación propiamente dicho a través del programa Exporta Fácil. Solo hicieron envíos de muestra a posibles compradoras potencias externos para probar si sus productos tiene algún tipo de acogida en ese mercado. Cabe resaltar también que una gran parte de este porcentaje son estudiantes de las distintas universidades de la Provincia de Trujillo, quienes por aprobar ciertos cursos relacionados al comercio exterior tienen que realizar envíos de diversos productos a mercados externos, pero si tener una consistencia.

Se ha logrado identificar a dos usuarios fugaces, a Cortez Cruzado Renzo Braddock Andreus y SOCIETE DOUCE S.A.C, BABY CUCHI SAC quienes realizaron un solo envío en el año 2010 como parte de un trabajo universitario.

Tabla 6 Apreciación de las preguntas de la encuesta aplicada a las Microempresas exportadoras en relación al objetivo 1.

Resultado N 1		
Eficiencia		
Pregunta 9	Apreciación	Respuesta

<p>¿En su caso personal, el exportar por este programa le ha sido?</p> <p>Altamente rentable Rentable Poco rentable</p>	<p>Podemos ver que la utilización del Programa Exporta Fácil ha sido de alto beneficio para los micro empresarios y emprendedores que han decidido comercializar diversos productos en el exterior de país.</p> <p>Esto se refleja en que al 100 % está convencido de que si es muy bueno este programa.</p>	<p>“Ha sido personalmente muy beneficioso pues he logrado sacar mis productos fuera del país”</p> <p>“Es realmente muy bueno el uso de este medio pues permite que poder sacar productos al exterior”</p> <p>“De acuerdo a la cantidad de envíos que se realice es muy beneficioso”</p> <p>“Si es beneficioso ya que optimiza bastantes cosas como tiempo y recursos, si me ha ayudado”</p> <p>“Definitivamente es muy bueno esto, aun que debería de tener muchas mejoras.”</p>
<p>Pregunta 12</p>	<p>Apreciación</p>	<p>Respuesta</p>
<p>¿Ha adquirido el directorio de compradores ofrecido por PROMPERU?</p>	<p>En este punto logramos entender que ninguno de los exportadores que utilizaron este medio tuvieron o tiene acceso a esta información, según manifiesta inclusive no saben que existe.</p> <p>El 100% desconoce el software sobre directorio que debería promocionar PROMPERU no tiene conocimiento del directorio de Posibles compradores potenciales</p>	<p>“No, no me han facilitado ningún directorio”</p> <p>“No, me dijeron que ellos me indicarían donde era más conveniente colocar mi producto”</p> <p>“No, nunca me dieron una lista de contactos a donde poder exportar”</p> <p>“Nunca me mostraron si había compradores”</p> <p>“No sabía que existía una lista de compradores”</p> <p>“ Nunca mencionaron tener esa información”</p> <p>“ Me dijeron que no podían brindar esa información”</p> <p>“ No nunca”</p>

Eficacia		
Pregunta 13	Apreciación	Respuesta
¿El producto que exporta ha sido objeto de críticas o reclamos por parte del comprador?	Al 100% le han ido bien en sus envíos con los distintos contactos pues todo les ha salido bien y no han tenido ningún tipo de reclamo.	<p>“Nunca, es un producto de alta calidad”</p> <p>“No, nunca he recibido críticas ya que es un producto altamente competitivo”</p> <p>“No, por el contrario siempre recibo buenos comentarios al respecto”</p> <p>“No he tenido ningún tipo de reclamo, espero no tenerlos tampoco”</p>
Pregunta 14	Apreciación	Respuesta
¿Piensa que el producto se diferencia de la competencia en su mercado meta?	Al 100% está de acuerdo que sus productos son altamente competitivos por las distintas fortalezas con las que cuentan sus productos.	<p>“Si por los resultados que ha tenido donde lo he enviado”</p> <p>“Si pues que si recibo pedidos”</p> <p>“El resultado que tiene es muy bueno”</p> <p>“Si por los modelos y la creatividad con los que estos están hechos”</p> <p>“Definitivamente por la fabricación”</p> <p>“Los diseños son únicos y son diferenciados”</p>
Pregunta 24	Apreciación	Respuesta

<p>De una puntuación del 1 al 10 ¿Cómo calificaría la eficiencia y eficacia del servicio que brinda SERPOST?</p>	<p>En una calificación</p> <p>0 – 3 – Regular</p> <p>4 – 7 – Bueno</p> <p>8 – 10 – Muy Bueno</p> <p>Casi el 100% logra darle una puntuación valorativa de entre 8 – 10 manifestando que siempre ha tenido un buen trato y buen asesoramiento.</p>	<p>Pregunta 24: En una calificación</p> <p>0 – 3 - Regular</p> <p>4 – 7 - Bueno</p> <p>8 – 10 – Muy Bueno</p> <p>Casi el 100% logra darle una puntuación valorativa de entre 8 – 10 manifestando que siempre ha tenido un buen trato y buen asesoramiento.</p>
--	---	--

Sostenibilidad

Pregunta 22	Apreciación	Respuesta
<p>¿Resulta de mucha utilidad como fuente de información y de consulta los portales web de las instituciones involucradas en Exporta Fácil?</p>	<p>Para el 100% el sitio web que tiene SERPOST - EXPORTA FACIL, es entendible para todos los que desee verlo y es de mucha utilidad pues la información es clara según lo manifestado por los entrevistados.</p>	<p>“Si, pero de todas maneras tenemos que informarnos todo los días”</p> <p>“Si pero siempre tenemos que ver por las nuevas cosas que salen”</p> <p>“Si ya que gracias a ese medio he logrado obtener bastante información”</p> <p>“Si todo esta entendible”</p> <p>“De todas maneras siempre me acerco a la oficina”</p> <p>“Si cuenta con toda la información que necesito”</p>

Elaboración: Propia

2. ANALIZAR LOS RESULTADOS ALCANZADOS POR LA APLICACIÓN DEL EXPORTA FÁCIL EN LAS MICRO EMPRESAS BENEFICIADAS POR EL PROGRAMA.

Los logros y resultados del Exporta Fácil son muy relevantes, no sólo para quienes usan esta herramienta, sino también para el país en su conjunto.

A continuación, los principales beneficios del programa Exporta Fácil para los empresarios de la provincia de Trujillo y el país identificados en el estudio:

- Simplificación de procesos logísticos de comercio internacional
- Ingreso de divisas por el aumento de exportaciones
- Formalización de más microempresas
- Mayor participación de las micro empresas en el mercado internacional.

Esto lo podemos observar en la siguiente tabla:

Tabla 7 Número de envíos por año realizados por los micro empresarios de la provincia de Trujillo en el periodo 2007 - 2012.

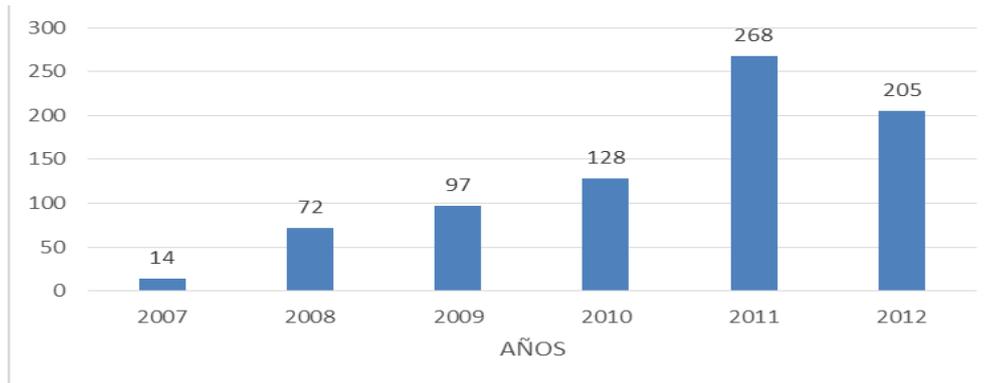
Año	Nº de Envíos
2007	14
2008	72
2009	97
2010	128
2011	268
2012	205
TOTAL	786

Fuente: SERPOST
Elaboración: Propia

Como se puede apreciar en la Tabla 07 entre el periodo 2007 – 2012, se ha logrado un total de 786 envíos, teniendo como año predominante el 2011 , en donde logro realizar 268 envíos exactamente, al mayor cantidad de envíos realizaros por la micro empresaria Saavedra Grados Carmen del Rosario. Se observa que entre los periodo 2007 – 2011 ha existido un incremento en respecto a la cantidad de envíos por la acogida que el programa Exporta Fácil ha tenido.

Sin embargo vemos que en el periodo 2012, existe un decrecimiento en comparación al periodo 2011, se muestra una variación de 24% negativo, debido a las nuevas tendencias de exportación, a los nuevos requerimientos que cada país tiene para cada producto, para el cumplimiento de todas las características que los mercados internacionales están requiriendo así como también la magnitud de los envíos.

Gráfico 4 Número de envíos por año realizado por las micro empresas en la provincia de Trujillo en el periodo 2007-2012



Fuente: SERPOST
Elaboración: Propia

Como se aprecia en el gráfico los envíos a través del Exporta Fácil han aumentado desde su inicio en el 2007 siendo el 2011 el año en el que más envíos se realizaron.

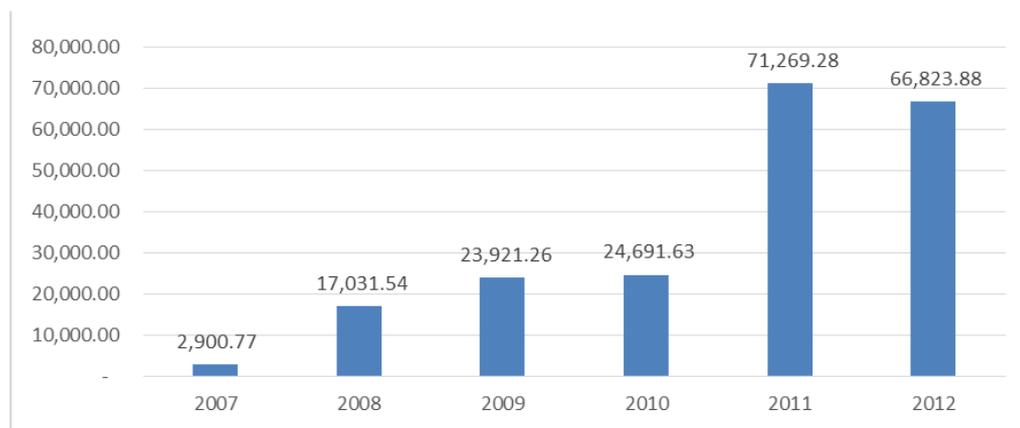
Tabla 8 Recaudación en dólares de SERPOST en la provincia de Trujillo en el periodo 2007-2012

Año	Recaudación SERPOST en US\$
2007	2,900.77
2008	17,031.54
2009	23,921.26
2010	24,691.63
2011	71,269.28
2012	66,823.88
TOTAL	206,638.36

Fuente: SERPOST
Elaboración: Propia

Como se puede observar en la Tabla 08 la recaudación que tenido SERPOST en dólares durante el período, 2007 al 2012, han ido aumentando, teniendo su pico más alto en el 2011 con 71,269.28 dólares recaudados

Gráfico 5 Recaudación en dólares de SERPOST en la provincia de Trujillo en el periodo 2007-2012.



Fuente: SERPOST
Elaboración: Propia

Como se puede observar en el gráfico la recaudación de SERPOST en dólares durante el período, 2007 al 2012, ha ido aumentando, teniendo su pico más alto en el 2011 con 71,269.28 dólares recaudados.

Tabla 9 Número y porcentaje de envíos por país destino en la provincia de Trujillo en el periodo 2007-2012

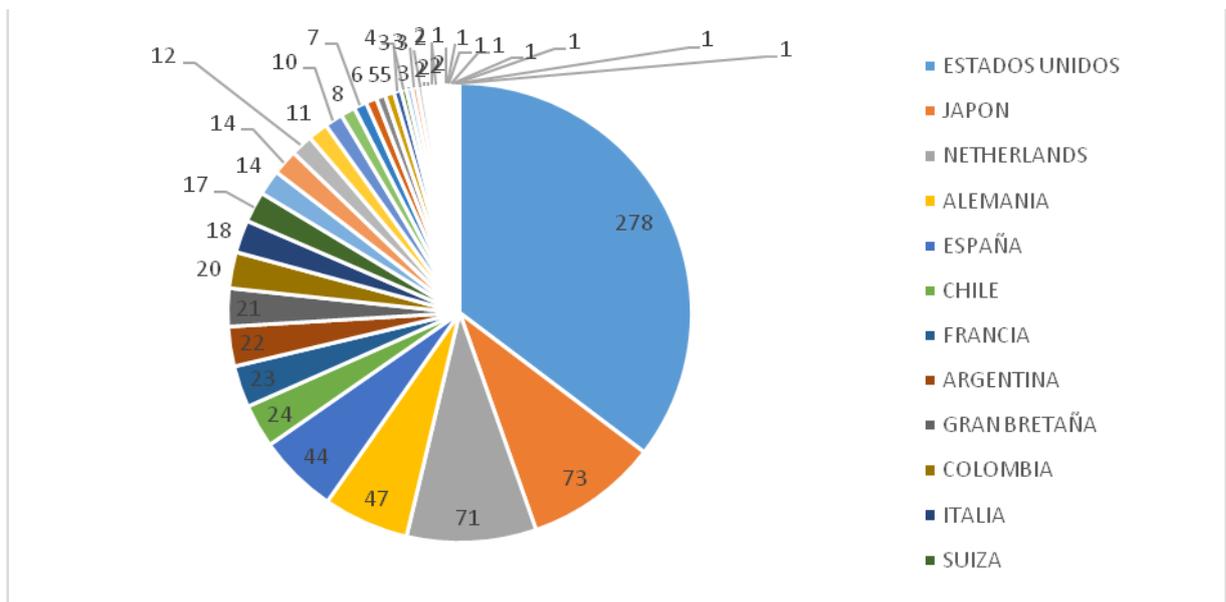
PAÍS	N° DE ENVÍOS	PORCENTAJE
ESTADOS UNIDOS	278	35.37%
JAPON	73	9.29%
HOLANDA	71	9.03%
ALEMANIA	47	5.98%
ESPAÑA	44	5.60%
CHILE	24	3.05%
FRANCIA	23	2.93%
ARGENTINA	22	2.80%
GRAN BRETAÑA	21	2.67%

COLOMBIA	20	2.54%
ITALIA	18	2.29%
SUIZA	17	2.16%
CANADA	14	1.78%
KOREA (REP)	14	1.78%
BRAZIL	12	1.53%
AUSTRIA	11	1.40%
MEXICO	10	1.27%
PUERTO RICO	8	1.02%
AUSTRALIA	7	0.89%
ECUADOR	6	0.76%
PANAMA	5	0.64%
REP. CHEQUE	5	0.64%
VENEZUELA	4	0.51%
ISRAEL	3	0.38%
PORTUGAL	3	0.38%
REPUBLICA DOMINICANA	3	0.38%
RUSSIAN FEDERATION	3	0.38%
BELGICA	2	0.25%
CHINA REP. POPULAR	2	0.25%
HONDURAS (REP)	2	0.25%
IRLANDA	2	0.25%
JAMAICA	2	0.25%
ROMANIA	2	0.25%
ARUBA	1	0.13%
COSTA RICA	1	0.13%
DINAMARCA	1	0.13%
ESLOVENIA	1	0.13%
FRENCH GUIANA	1	0.13%
HONG KONG	1	0.13%
INDIA	1	0.13%
NIGERIA	1	0.13%
TOTAL	786	100.00%

Fuente: SERPOST
Elaboración: Propia

En la Tabla 09 se puede apreciar, durante el período, 2007 al 2012, el país que más envíos ha recibido es EEUU ocupando el puesto número 1 teniendo un alcance 35%, esto debido a que se tiene una alianza entre PERU – EEUU, además gracias al TLC que ambos países tiene. Seguido por Japón, el mercado asiático, también un enorme mercado, con compradores potenciales, que está dándose a conocer y abriendo sus puertas a la comercialización, este ocupa el segundo lugar con un alcance de 9%.

Gráfico 6 Número de envíos por país destino en la provincia de Trujillo en el periodo 2007-2012.



Fuente: SERPOST
Elaboración: Propia

El principal destino de las exportaciones a través del mecanismo Exporta Fácil es Estados Unidos con 278 envíos realizados, seguido de Japón y Holanda con 73 y 71 envíos respectivamente. Alemania con 47 y España con 44 envíos realizados. Chile, Francia, Argentina, Gran Bretaña, Colombia, Italia y Suiza con menos de 25 envíos durante el periodo 2007-2012. Los demás países con menos de 15 envíos durante el mismo periodo.

Es importante mencionar que aún antes del EF existían dos sistemas de exportación: el simplificado y el general. Como resultado de EF lo que cambió es que ya no es necesario hacer el envío en forma personal trasladándose a los puntos donde está la aduana, sino que se hace de manera virtual y se concurre (en caso de no tener convenio corporativo) a

las oficinas de SERPOST a entregar el paquete; ya no hay que llenar una guía postal y otra aduanera sino que se completa un solo documento en el portal de EF y no intervienen agentes de exportación. Esto reduce costos, tiempo y el desgano asociado, todo lo que conducía a la idea de que exportar era complicado.

En lo que refiere a los usuarios los principales beneficios que reciben las MIPYMES a través de su participación en el EF son:

- Trámite aduanero descentralizado a través de Internet (SUNAT)
- Trámite aduanero gratuito, ágil y sencillo (trámite aduanero SUNAT)
- Orientación para la búsqueda de compradores en el exterior (PROMPERÚ)
- Participación en ferias externas (PROMPERÚ)
- Asesoría en operación de exportación (PROMPERÚ)
- Reducción de tarifas y tiempos de llegada (SERPOST)
- Formalización, manejo y gestión de empresas (Mi Empresa)
- En materia tributaria: acceder al saldo a favor del Impuesto General a las Ventas (IGV)
- En materia aduanera: drawback del 5% (era del 8%)
- Los usuarios de EF reciben además los siguientes servicios conexos o adicionales:
 - Tarifas competitivas
 - Empaques gratuitos
 - Tasa de indemnización opcional
 - Recojo a domicilio (si se tiene convenio corporativo)
 - Crédito (si se tiene contrato)
 - Descuentos corporativos (si se tiene convenio corporativo)
 - Seguimiento en línea de los envíos
 - El paquete se recibe cerrado

Tabla 10 Número y porcentaje de envíos por productos en la provincia de Trujillo en el periodo Julio 2007 - Agosto 2011.

PRODUCTO	N° ENVÍOS	PORCENTAJE
----------	-----------	------------

Bisutería	197	25.04%
Artesanía	116	14.77%
Postales	110	14.00%
Calzado	67	8.55%
Cerámica	57	7.31%
Vestidos	33	4.20%
Prod.comestibles	27	3.42%
Tejidos	29	3.73%
Minerales	22	2.80%
Software	18	2.33%
Semillas	15	1.87%
Joyas	13	1.71%
Prendas vestir	13	1.71%
Artesania textil	12	1.56%
Cueros	11	1.40%
Tarjetas	9	1.09%
Agrícola	5	0.62%
Platería	5	0.62%
Dulcería	2	0.31%
Metal	2	0.31%
Pintura	2	0.31%
Pisco	2	0.31%
Calendario	1	0.16%
Catalogos	1	0.16%
Cds	1	0.16%
Concentrado	1	0.16%
Cosmeticos	1	0.16%
Filtrantes	1	0.16%
Instru.musicales	1	0.16%
Maca	6	0.78%
Produ.quimicos	1	0.16%
Total	786	100.00%

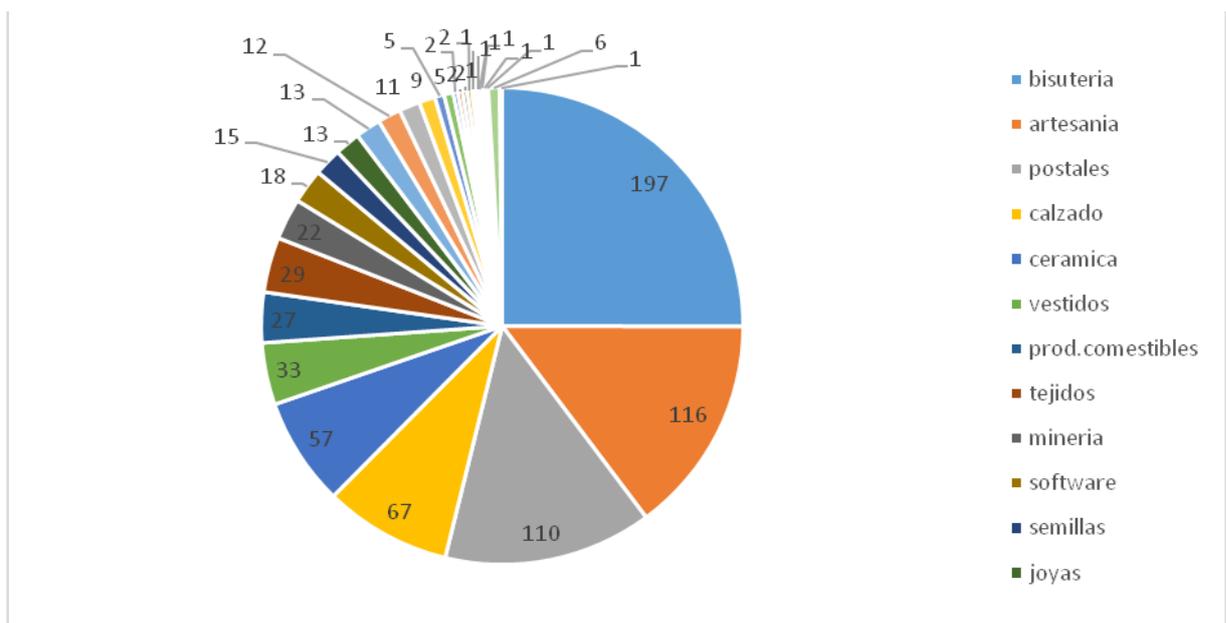
Fuente SERPOST
Elaboración: Propia

En la Tabla 10 podemos identificar que durante el periodo julio 2007 – agosto 2011 el rubro que tuvo un mayor movimiento fue el de Bisutería teniendo un porcentaje de 25%, un porcentaje realmente elevado en comparación a los demás rubro, esto lo podemos evidenciar gracias al nivel de envíos que ha logrado realizar Saavedra Grados Carmen

del Rosario, quien encabeza la lista de microempresarios exportadores haciendo uso del programa Exporta Fácil. Ocupando el segundo lugar con un 14% tenemos el rubro de artesanía y envíos Postales. Estos tres rubros son los que encabezan la lista de los rubros con más movimiento en mercados externos.

Y llegando al final de esta tabla vemos que existen 14 rubros los cuales no son considerados como rubros con gran movimiento en mercado internacionales, pues no logran alcanzar ni el 1% en comparación a las antes mencionadas, dentro de estos tenemos dulcería, pintura, cosméticos, concentrados entre otros.

Gráfico 7 Número de envíos por productos en la provincia de Trujillo en el periodo Julio 2007 - Agosto 2011.



Fuente SERPOST
Elaboración: Propia

Como se muestra en el gráfico 7 los productos más exportados durante el periodo 2007-2012 fueron bisutería con 197 envíos durante el periodo 2007-2012, artesanía y postales con 116 y 110 envíos respectivamente. Luego tenemos Calzado con 67 envíos durante el periodo 2007-2012. Cerámica con 57 envíos y los productos restantes con menos de 34 envíos.

Tabla 11 Apreciación de las preguntas de la encuesta aplicada a las Microempresas beneficiadas con el programa Exporta Fácil en relación al objetivo 2.

Resultado N 2		
Eficiencia		
Pregunta 4	Apreciación	Respuesta
¿Qué productos ha exportado haciendo uso del programa Exporta Fácil?	Dentro de la relación de productos que han sido mencionados por los exportados u que han comercializados mediante programa Exporta Fácil, vemos que tienen también comercio y consumo dentro del mercado interno, lo que les ha permitido realizar la búsqueda de nuevos mercados para la comercialización de estos.	<p>“Envió Productos Orgánicos”</p> <p>“Exporto Maca”</p> <p>“Exporto Cerámicas”</p> <p>“Exporto Equecos”</p> <p>“Exporto Vestimentas lana de Alpaca”</p> <p>“Exporto Manualidades”</p> <p>“Exporto Bisutería”</p> <p>“Exporto Ropa para niños ”</p> <p>“Exporto Calzado”</p>
Pregunta 5	Apreciación	Respuesta
¿El producto que exporta ha sido elaborado especialmente para estos fines? ¿lo produce también para el mercado interno?	Los productos que se exportan en un 90% son comercializados y consumidos tanto en el mercado interno como en los distintos países en donde se están realizando las exportaciones.	<p>“ No, Si, la comercialización es tanto en el mercado interno como externo”</p> <p>“ No, Si ,también se comercializa en el mercado interno”</p> <p>“ Si, solo lo comercializo en el mercado externo, no en nacionalmente”</p>
Pregunta 6	Apreciación	Respuesta
¿Cuántas veces ha exportado su producto por medio de este programa en los últimos años?	Según los entrevistados son pocos los microempresarios que tienen envíos frecuentes, generalmente son un por mes	<p>“ Aproximadamente 10 envíos por año”</p> <p>“Alrededor de 17 envíos”</p>

	y mayoritariamente de 03 a 06 por año. Un gran número de empresas solo lograron un envío que es considerada muestra.	<p>“En un buen mes casi 15 envíos al año”</p> <p>“Tan solo he realizado 6 envíos”</p> <p>“Un promedio de 7 envíos anuales”</p> <p>“Solo realice 1 envío de muestras”</p> <p>“Dos envíos en todo el año”</p>
Pregunta 19	Apreciación	Respuesta
¿Alguna vez ha sufrido un siniestro?	<p>Vemos que siniestros propiamente dicho no han sufrido los distintos envíos realizados por el programa Exporta Fácil.</p> <p>El 90% no ha sufrido mayores problemas con respecto a sus envíos mientras que un 10% manifiesta cierto descontento.</p>	<p>“No siniestro no”</p> <p>“Bueno al comienzo llegan unos días tarde la mercadería, pero después siniestro o algo grave no”</p> <p>“No nunca he tenido ese tiempo de problema”</p> <p>“Nunca ha pasado eso con mis envíos, no tal vez con el de otras personas”</p> <p>“Bueno una vez una mercadería llego un poco maltratada pero nada grave o de mayor preocupación”</p> <p>“No nunca solo cierta demora en los envíos de lima al lugar de destino”</p>
Eficacia		
Pregunta 20	Apreciación	Respuesta
¿Qué problemas o limitaciones ha tenido usted en el envío de sus productos por el servicio postal?	Un 30% ha tenido ciertos problemas con el tiempo de llegada con los envíos mientras que a 70% restante no presento ningún tipo de problema	Un 30% ha tenido ciertos problemas con el tiempo de llegada con los envíos mientras que a 70% restante no presento ningún tipo de problema.
Sostenibilidad		
Pregunta 27	Apreciación	Respuesta
¿Conoce el Sistema Integrado de información de Comercio Exterior (SIICEX) de PROMPERU?	El 100% desconoce del Sistema Integrado de Información de Comercio Exterior.	<p>“Nunca escuchado de eso”</p> <p>“No conozco ese sistema”</p>

		<p>“No, nunca escuche de ese tema”</p> <p>“Primera vez que escucho, nunca”</p>
--	--	--

Elaboración: Propia

3. EVALUAR LA INFLUENCIA DEL PROGRAMA EXPORTA FÁCIL EN LA SOSTENIBILIDAD DE LAS EXPORTACIONES DE LAS MICROEMPRESAS BENEFICIADAS.

Tal como se aprecia en la tabla 12, el número de Microempresas beneficiadas del programa Exporta Fácil, tuvo un incremento del 275% en el primer año de operaciones, pese a las limitaciones en la difusión del uso de la herramienta en la Provincia de Trujillo.

Sin embargo, es motivo de análisis indicar que muchas de estas empresas no han demostrado sostenibilidad en las exportaciones, motivo que justifica los bajos envíos realizados por algunas de ellas.

Tabla 12 Tasa de crecimiento de las microempresas usuarias de Exporta Fácil en la Provincia de Trujillo (2007 – 2012)

Año	Nº Empresas	Tasa de crec.
2007	4	--
2008	15	275%
2009	23	53%
2010	42	83%
2011	58	38%
2012	41	-29%

Fuente: SERPOST / Elaboración: Propia

La Asociación de Exportadores –ADEX (2005) señala el interés de las Microempresas en sacar sus productos a mercados más rentables en el exterior, sin embargo también resalta la alta mortalidad de estos negocios en sus primeros años. Una muestra de ello son las cifras proporcionadas por este gremio a nivel de PYMES exportadoras las cuales se redujeron de 1,938 en el 2001 a 745 en el 2005.

Si bien el Exporta Fácil es un mecanismo adaptado del modelo brasileño para PYMES a través del Courier, esto no asegura la solución a la problemática que deben afrontar estos negocios y que en el mayor de los casos compromete su sostenibilidad, entre ellos encontramos: la falta de acceso al crédito, la burocracia estatal, la sobrerregulación aduanera exportadora, los costosos canales logísticos de exportación y la falta de incentivos técnicos-sostenibles para la pequeña exportación,

Las ventas peruanas al exterior a través de courier son muy pequeñas respecto de otros países. Según estadísticas de SUNAT, las exportaciones con esta modalidad ascienden a US\$ 500,000 aproximados al año solo a través de una aduana (aérea del Callao), en tanto que las importaciones son 10 veces más, alcanzaron US\$ 5'000,000 al aproximados al año a través de 16 diversas aduanas, desde Paita hasta Tacna.

Tomando el caso brasileño, los servicios de courier o postales han contribuido a masificar la cultura exportadora en ese país, y es un hecho que de consolidarse en el Perú también se lograría lo mismo. Algunos de los principales productos exportados por EF son confecciones y accesorios de algodón y alpaca, joyería, bisutería, así como productos y suplementos naturales.

Tal como se observa en la tabla N°13, se han identificado los valores FOB de exportación (en dólares americanos) de un reducido número de Microempresas usuarias del Exporta Fácil en la provincia de Trujillo. Esta situación se debe a que no existe un registro por parte de SUNAT referidas a estas empresas, al tratarse de envíos realizados con Declaración Simplificada.

Esta debilidad en el monitoreo del EF, no nos permite analizar la sostenibilidad de las empresas objetos de estudio, sin embargo se puede indicar que gran parte de los negocios que realizaron un envío y posteriormente desaparecieron, corresponde a muestras comerciales y proyectos estudiantiles en los cuales el alumno realizó una operación con Exporta Fácil como parte de actividades académicas.

Tabla 13 Valor FOB exportado por año por las Microempresas beneficiadas con el programa Exporta Fácil.

Nombre de Empresa	US\$ FOB	US\$ FOB	US\$ FOB	US\$ FOB	US\$ FOB	US\$ FOB
-------------------	-------------	-------------	-------------	-------------	-------------	-------------

	2007	2008	2009	2010	2011	2012
ABANTO SARMIENTO ALFREDO GONZALO	0	0	0	*	6833	*
ASOCIACION ARTESANAL PARROQUIAL SANTA MAGDALENA	0	2573	*	19057	0	0
CABRERA PINEDO FREDY	0	0	*	0	1961	*
CARBAJAL FLORES LIDIA ESTHER	0	0	0	*	1508	*
CHANG PIERRE NEGOCIOS MULTIPLES S.A.C	0	0	0	0	1298	0
CORDILLERA STYLE S.A.C.	0	0	0	0	2790	0
DEN HOND PETER	*	14502	7231	7570	*	0
ECOSHOP E.I.R.L.	0	0	8178	6354	9562	*
MORENO ROMERO ELISEO ABRAHAM	0	0	0	0	0	15586.12
SAAVEDRA GRADOS CARMEN DEL ROSARIO	0	5317	6797	14369	14296	*
SHULLAI SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	0	0	0	0	3837	*
ULLOA SANCHEZ YENCIN WILLAN	0	0	0	0	0	3173

Fuente: SUNAT / Elaboración: Propia

(*) La fuente no proporciona información del período.

Nota: Se registra con cero (0) los valores en los cuales estas empresas no realizaron envíos al exterior.

Tabla 14 Apreciación de las preguntas de la encuesta aplicada a las Microempresas beneficiadas con el programa Exporta Fácil en relación al objetivo 3.

Resultado N 4		
Eficiencia		
Pregunta 6	Apreciación	Respuesta
¿Cuántas veces ha exportado su producto por medio de este programa en los últimos cinco años?	Según los entrevistados son pocos los microempresarios que tienen envíos frecuentes, generalmente son un por mes y mayoritariamente de 03 a 06 por año. Un gran número de empresas solo lograron un envío que es considerada muestra.	<p>“ Aproximadamente 10 envíos por año”</p> <p>“Alrededor de 17 envíos”</p> <p>“En un buen mes casi 15 envíos al año”</p> <p>“Tan solo he realizado 6 envíos”</p> <p>“Un promedio de 7 envíos anuales”</p> <p>“Solo realice 1 envío de muestras”</p> <p>“Dos envíos en todo el año”</p>

Eficacia		
Pregunta 17	Apreciación	Respuesta
¿La oficina de SERPOST en la ciudad de Trujillo, cuenta con el personal capacitado para atender a los usuarios de Exporta Fácil?	La mayoría está conforme con el trato que han recibido por parte de la oficina encargada, pues han recibido un buen trato y una buena información y sobre todo ha logrado ser guiados de forma que han logrado sacar sus productos. Sin embargo, existe personal constante, por ser rotados cada cierto tiempo.	<p>“Si, siempre me han guiado en mis comienzos”</p> <p>“Si, todos los procesos que tenía que hacer e explicaban”</p> <p>“Si cuenta con el personal”</p> <p>“A veces sigue habiendo gente que no sabe de EF y que no atiende bien”.</p> <p>“No siempre están los mismos que atienden”</p> <p>“Si, con toda la documentación que necesitaba siempre me atendían”</p> <p>“Solo el Sr. Antonio Saavedra me ayuda en todo lo que necesitaba”</p> <p>“Si siempre me han brindado toda la información que necesitaba”</p>
Sostenibilidad		
Pregunta 15	Apreciación	Respuesta
¿Su empresa ha participado en eventos tales como ferias, ruedas de negocio, organizado por PROMPERU o alguna institución parecida?	El 80% de empresas no ha participado en eventos como ferias y/o ruedas de negocios ni de reuniones con las instituciones encargadas mientras que un 20% si ha tenido la oportunidad de participar y de asistir a este tipo de eventos.	<p>“Bueno no nunca he asistido a este tipo de eventos”</p> <p>“Nunca he tenido a la oportunidad de participar”</p> <p>“No recibí ningún tipo de invitación para eventos como estos”</p> <p>“Me llego cierta información, pero no sabía cómo era el procedimiento de cómo ir”</p> <p>“Nunca he tenido a la oportunidad de participar”</p> <p>“No recibí ningún tipo de invitación para eventos como estos” “Me llego cierta información, pero no sabía cómo era el procedimiento de cómo</p>

Pregunta 16	Apreciación	Respuesta
¿Usted o su personal ha asistido a cursos de capacitación organizados por PROMPERU, MINCETUR, SERPOST, SUNAT-ADUANAS u otras organizaciones parecidas?	El 80% no ha participado en eventos cursos de capacitación como ferias y/o ruedas de negocios ni de reuniones con las instituciones encargadas mientras que un 20% si ha tenido la oportunidad de participar y de asistir a este tipo de eventos.	<p>ir” “Si he participado en algunas conversatorios”</p> <p>“No, nunca asistí a un evento”</p> <p>“Al principio las instituciones realizaron cursos de capacitación a los que asistí”</p> <p>“Bueno no nunca he asistido a este tipo de eventos”</p> <p>“Si una vez participe en una reunión, donde nos enseñaron varias cosas”</p> <p>“Sí, una vez participe en una reunión, donde nos enseñaron varias cosas”</p> <p>“No, nunca”.</p>
Pregunta 26	Apreciación	Respuesta
¿Ha recibido visitas, seguimiento o monitoreo por parte de profesionales de instituciones como PROMPERU, SUNAT O SERPOST?	El 100% no ha tenido ningún tipo de visita por parte de las instituciones involucradas en el proceso de exportación e inmersión de las microempresas y empresarios.	El 100% no ha tenido ningún tipo de visita por parte de las instituciones involucradas en el proceso de exportación e inmersión de las microempresas y empresarios.

Elaboración: Propia

CAPÍTULO 6. DISCUSIÓN

En relación al objetivo de investigación a) Identificar Microempresas exportadoras de la provincia de Trujillo que han sido beneficiadas por el programa de Exporta Fácil, durante el periodo 2007 – 2012, se han logrado incorporar un total de 137 Microempresas durante estos 06 años, de la cuales aproximadamente el 50% se constituyeron expresamente para emplear Exporta Fácil. Podemos observar que este número apreciable de Microempresas, han logrado 786 envíos a 42 países distintos en el periodo 2007-2012. Los destinos más relevantes entre los países que se logró exportar fueron: Estados Unidos, 35.37%; seguido de Japón, 9.29%; Alemania 5,98% (Tabla 9).

Para la recopilación de esta información se ha recurrido a distintas fuentes oficiales como son SERPOST – SUNAT/ADUANAS – PROMPERU quienes en la medida posible y dentro de sus funciones pudieron brindarnos la información necesaria.

Haciendo mención al objetivo de investigación b) Analizar los resultados alcanzados por la aplicación del Exporta Fácil en las Microempresas exportadoras de la provincia de Trujillo, determinamos que el programa ha tenido una acogida muy fuerte, lo que ha generado que año a año durante el periodo analizado 2007 – 2012 haya existido un incremento tanto en la integración de nuevos microempresarios como en la cantidad de envíos, haciendo de esta manera que exista un mayor flujo comercial.

Con esto se ha logrado que muchos microempresarios que antes no tenían las herramientas necesarias para poder realizar un proceso de exportación, ahora tengan todas las facilidades, esto de por si genera un mayor ingreso no solo para las instituciones que se encuentran inmersas en el programa sino también para cada uno de los microempresarios que hacen uso de este programa mejorando así no solo sus ingresos si no a calidad de vida de estos y de sus familias, así también genera ingresos para el país , teniendo de esta manera una trascendencia mucho mayor dentro del flujo comercial del país, todo esto se puede ver evidenciado en la Tabla 1 en donde mostramos la cantidad de envíos realizados por cada uno de los micro, pequeños y medianos empresarios exportadores.

En mención al objetivo de investigación c) Evaluar la influencia del programa Exporta Fácil en la sostenibilidad de las exportaciones de las Microempresas beneficiadas, haciendo mención a la Tabla 16 podemos visualizar que ha existida poca participación por parte de las instituciones inmersas en el programa Exporta Fácil lo que ha hecho que las distintas MIPYMES exportadoras no tengan una continuidad en relación a el abastecimiento y contribución de mayor información para la mejora continua de estos, vemos que la gran mayoría de microempresarios exportadores no ha recibido visitas por partes de las instituciones que hacen promoción al Programa.

También logramos identificar que más del 80% de los encuestados no han asistido a ferias comerciales a reuniones o charlas informativas con respecto a los de temas de comercio internacional o apertura comercial. No han tenido una guía personalizada para el levantamiento de información, pues estos siempre tiene que ir constantemente a las oficinas a preguntar y ver de qué manera los pueden asesora.

Desde la implementación del programa Exporta Fácil (año 2007), podemos observar que se han incorporado un número apreciable de Microempresas, logrando 786 envíos a 42 países distintos en el periodo 2007-2012. Los destinos más relevantes entre los países que se logró exportar fueron: Estados Unidos, 35.37%; seguido de Japón, 9.29%; Alemania 5,98% (Tabla 03). Se han logrado incorporar un total de 137 empresas legalmente constituidas durante estos 05 años, de la cuales aproximadamente el 50% se constituyeron expresamente para emplear Exporta Fácil.

CONCLUSIONES

Se contradice nuestra hipótesis uncial, en donde se afirma que el Programa Exporta fácil ha tenido un impacto positivo frente a las microempresas exportadoras la provincia de Trujillo, ya que hemos logrado identificar que la realidad ciertamente es otra, en donde afirmaros según la investigación realizada el programa Exporta fácil por I lcontrario ha tenido un impacto negativo para las microempresas exportadoras de la Provincia de Trujillo.

Haciendo mención al objetivo de investigación b) Analizar los resultados alcanzados por la aplicación del Exporta Fácil en las Microempresas exportadoras de la provincia de Trujillo. Las MIPYMES exportadoras lograron su mayor pico de envíos en el año 2011, un total de 267 envíos, año en que SERPOST tuvo una mayor recaudación; llegando al monto de 71,269.28 soles a nivel de Microempresas exportadoras de la zona de estudio. Se exportaron 32 productos diversos, siendo la bisutería con el más alto porcentaje: 25.09%; artesanía, 14.77%; postales, 14%; calzado 8.55% y cerámica 7.31%. Se lograron 786 envíos a 42 países distintos en el periodo, siendo el destino más importante: Estados Unidos, 35.37%; seguido de Japón, 9.29% y Alemania 5,98%.

En mención al objetivo de investigación c) Evaluar la influencia del programa Exporta Fácil en la sostenibilidad de las exportaciones de las Microempresas beneficiadas, se concluye que el programa Exporta Fácil no asegura la sostenibilidad de las Microempresas exportadoras, ya que 118 microempresarios, los que representan el 86.13% del total de las empresas beneficiadas con el programa solo realizan envíos ocasionales, de 1 a 5 envíos durante el periodo en estudio. Solo el otro 13.87%, que es representado por 19 microempresarios exportadores han hecho más de 6 envíos durante el periodo 2007 – 2012. Esto es una cantidad poco significativa y sostenible teniendo en cuenta el inicio del programa Exporta Fácil.

El impacto que ha tenido el programa de Exporta Fácil en las microempresas no es considerado según el análisis previo estudiado en el informe presentado, como un impacto positivo para todos los microempresarios, ya que se ha logrado identificar que más del 90% de las microempresas que se encuentra registradas en SERPOST que han hecho uso de este Programa únicamente han tenido aciertos comerciales menores a lo que se considera un empresa exportadora, así mismo se logró así identificar que muchas personas han tenido que formalizarse para poder realizar sus envíos, pero no todas han tenido un continuación en el tiempo, por las distintas razones que no solo se presenta en el estudio, si no que se demuestran con la participación de los microempresarios.

Se ha impulsado a la formalización, pero de las 137 microempresas que se encuentra formadas, solo 2.91% representada por 4 microempresarios se encuentra realizando una exportación continua año tras año, es decir son considerados Microempresas Exportadoras, mientras que otros únicamente conocieron y realizaron envíos que con que no tuvieron mayor afluencia en el tiempo ya que estas son considerados como envíos

fugaces, es decir que no propiamente fueron destinadas para que al término se realice un relación comercial permanente en el tiempo.

Por lo tanto según nuestro análisis realizado y basándonos en la información recolectada en nuestra inversión de campo, podemos decir que el impacto que ha tenido el Programa Exporta Fácil frente a las microempresas no ha sido Positivo.

RECOMENDACIONES

Se recomienda a las instituciones involucradas del Programa Exporta Fácil como SERPOST, PROMPERU y SUNAT tener una base actualizada y completa en referencia a los microempresarios que sí se encuentran realizando un proceso de exportación constante, en donde se pueda separar a los que utilizan este medio con fines de uso académico o de simple prueba.

Para el obtención de esto se puede adquirir un demo de exportación para uso académico, un software que tenga la misma información pero que no se filtre con la data principal de exportadores propiamente dicho de esa manera se mantendrá una base limpia y de fácil obtención.

También es importante implementar un sistema de tracking abierto, para que tanto los empresarios como los encargados del soporte de los envíos pueden darle constante seguimiento a la ubicación de cada uno de los productos que salen y entran. De esa manera se generara una mayor seguridad y confort para con los usuarios del Exporta Fácil pues de esa manera se sentirán apoyados y que si existe una preocupación para que la finalización de la exportación sea exitosa.

Asimismo se recomienda a las instituciones responsables de las campañas de difusión, ferias y capacitación, que continúen en forma permanente realizando esas actividades, para que el número de empresas aumente progresivamente y en consecuencia aumente el volumen de las exportaciones a través del Exporta Fácil.

Es importante que las Instituciones involucradas: SERPOST, SUNAT, PROMPERU, cuenten con una planificación de sus acciones y cuenten con herramientas de gestión que puedan establecer metas, objetivos e indicadores cuantificables y así poder hacer un monitoreo permanente y mejoras continuas.

REFERENCIAS

Alford, R. Y Friedland, R. 1991. Los Poderes de la Teoría. Capitalismo, Estado y Democracia. Manantial. Bs.As.

Bauman, Zigmunt. 2010. La Globalización consecuencias humanas. Quinta Edición. Fondo de Cultura Económica. México.

Beck, Ulrich. (2001). ¿Qué es la globalización?. Editorial Paidós. México.

Stiglitz, Joseph E. 2002. El malestar en la globalización. Editorial Braun. Madrid: Taurus.

Joaquín Estefanía. 2010. La clave del Comercio. Libro de Respuestas para Pymes Exportadoras Centro de Comercio Internacional "Segunda Edición, año 2010.

John D. Daniels, L. H. (2004). Negocios internacionales. Prentice Hall.

Banco Interamericano de Desarrollo (BID) (1997). Evaluación: Una herramienta de gestión para mejorar el desempeño de los proyectos. New York, USA: BID.

Bobadilla Díaz, P., Del Águila Rodríguez, L. y Morgan, M. de la L. (1998). Diseño y evaluación de proyectos de desarrollo. Lima-Perú: Pact-USAID.

Samuel Carpintero. (1998). Los programas de apoyo a la microempresa en América Latina: el microcrédito como la gran esperanza del siglo XXI. Bilbao, Ediciones Deusto.

W.L Hill, Charles.2012. Negocios Internacionales. McGraw-Hill Interamericana de España S.L.

Rivero, F; Avila, M; Quintana, L. (2001). La promoción integral de la microempresa: Guía de mercadeo para las organizaciones promotoras. Madrid, España. Editorial Popular.

Robert C. Feenstra, Alan M. Taylor. 2011. Comercio Internacional Cuarta Edicion.

Reyes Giovanni E (2004). Cuatro décadas en la historia económica de América Latina. Editor Universidad del Rosario.

Hernández, Roberto., Fernández, Carlos., y Baptista, Pilar.2003. Metodología de la Investigación. D.F.: McGraw Hill.

Pascal Lamy, La políticacomercial de la Unión Europea con Latinoamérica.

Rubio, Oscar, 2010. Teorías del Comercio Internacional. Editorial.Antoni Bosch Editor, s.a.v..

Vásquez, E.; Aramburú, C. E.; Figueroa, C. y Parodi, C. (2001). Gerencia social. Diseño, monitoreo y evaluación de proyectos sociales. Lima-Perú: Universidad del Pacífico.

DOCUMENTOS RECUPERADOS PARA CONSULTA:

Boletín informativo MINCETUR. Recuperado el 10 de Agosto del 2013 en:
<http://www.mincetur.gob.pe/newweb/portals/0/documentos/prueba/cuerpo2.asp>.

Chakravarthi Raghavan(1997). ¿Qué es la globalización?.Recuperado el 04 de Junio del 2013 en:http://old.redtercermundo.org.uy/revista_del_sur/texto_completo.php?id=1265.

Exporta Fácil. Subdirección de servicios y asistencia empresarial. Ana Miyagusuku. Recuperado el 04 de Junio del 2013 en:http://www.iirsa.org/admin_iirsa_web/Uploads/Documents/envios_postales_santiago13_anexo7_presentacion_peru.pdf.

Jhon D. Danniels , Lee M. Rodebaugh, Daniel P. Sullivan. 2011. Negocios Internacionales Ambiente y Operaciones. Edición Séptima. <http://www.redalyc.org/pdf/399/39903113.pdf>.

Ramella, Susana. (2012). Evaluación final del programa upaep-bid/fomin programa de implementación piloto de un sistema simplificado de exportaciones por envíos postales (exporta fácil). Recuperado el 20 de Octubre del 2013 en: http://www.exportafacil.com.uy/wp-content/uploads/2012/11/informe-evaluacion-final_upaepaprob-ago2012.pdf.

Reyes, Gionanni. Teoría de la globalización: bases fundamentales- Revista de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas. Vol. II. No.1 Junio de 2001, páginas 43-53 Universidad de Nariño. Nariño Recuperado 10 de agosto del 2013 en:<http://tendencias.udenar.edu.co/contenidos/Vol2.1/reyes.pdf>.

Manual para la evaluación del impacto social de los proyectos de carbono terrestre: parte ii—caja de herramientas de métodos y materiales de apoyo. (2010). Recuperado el 14 de Setiembre en: http://www.forest-trends.org/documents/files/doc_2459.pdf.

ANEXOS

ANEXO N°1 FODA del programa Exporta Fácil en el periodo 2007 – 2012

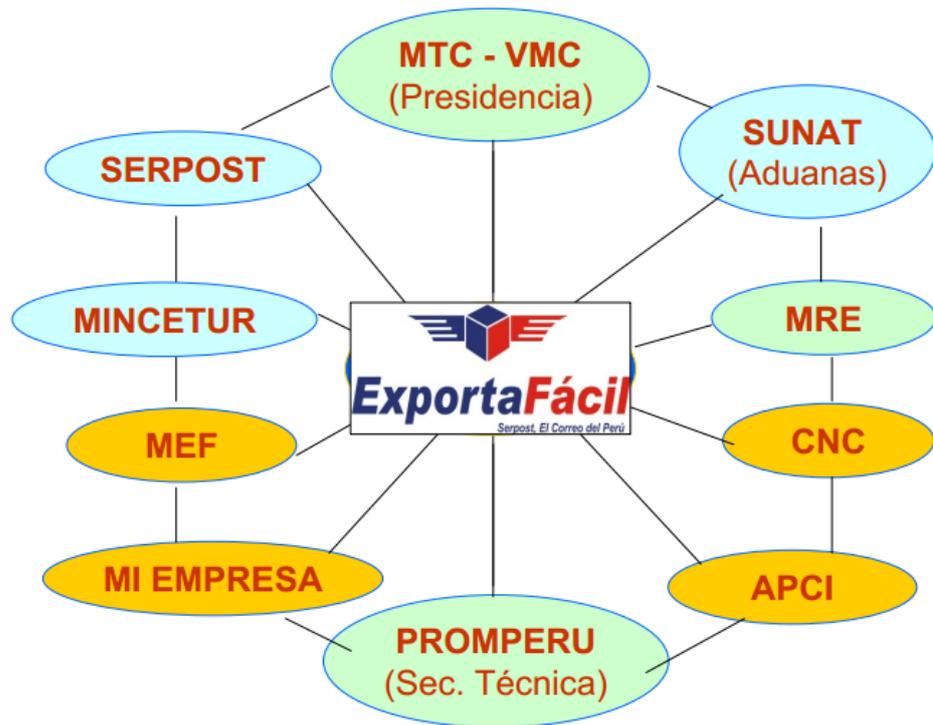
FORTALEZAS
<ul style="list-style-type: none"> • Procedimientos sencillos para exportación • Instituciones con alto grado de compromiso • Se redujo costo de exportación, no se necesita agente de aduana, no cobra costo de manipulación y depósito que cobra un courier • Posibilidad de realizar exportaciones desde su lugar de origen, servicio que no brindan los privados. • Fomento de las fuentes de trabajo. • Incremento del ingreso per cápita nacional • Promueve el crecimiento de las MIPYMES exportadoras y, a partir de eso, su formalización • Marca registrada de SERPOST • Se inicia en una plataforma de SUNAT - ADUANAS • Generación de comercio electrónico,
DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Falta de herramientas de gestión: plan de trabajo anual, plan operativo que permitan determinar el cumplimiento de metas y objetivos. • Falta de presupuesto para campañas de difusión; la difusión no tiene la cobertura, alcance ni profundidad que debería • No existe aún cultura de comercio de este tipo • Posicionamiento de SERPOST como operador en el mercado • Presupuestalmente SERPOST debe pedir aprobación para invertir en el crecimiento de la operación del Exporta Fácil. • Falta de coordinación entre SERPOST; PROMPERU Y SUNAT: • Las certificaciones, cuando se necesitan, desalientan al pequeño exportador • No está homologado el Exporta Fácil en los países de destino y la mayor parte de los reclamos se vinculan con esto. • Limitación de kilos y monto e incrementar el valor exportable a U\$S 10.000,00 • Falta de seguimiento a aquellos que han dejado de usar Exporta Fácil. • Los costos de SERPOST, a pesar de haber bajado, aún siguen siendo altos. • No contar con un monitoreo y seguimiento de los usuarios.
OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Acuerdos comerciales existentes • Metas nacionales de comercio exterior: duplicar empresas exportadoras y triplicar exportaciones • Fortalecimiento cultura exportadora en el país • Apertura de mercados externos para MIPYMES • Mejorar en base a las experiencias ganadas • Aporte a Exporta Fácil de otros países fortaleciendo la imagen país • Mejorar el producto a partir de conocimiento y comunicación con el cliente • Aumento de la recaudación vía tributación al formalizarse algunos clientes de EF

AMENAZAS

- País de riesgo
- Riesgo de contaminación de la herramienta, por ejemplo, se usada para enviar droga.
- Excesiva seguridad aduanera en Estados Unidos.
- Que la competencia desarrolle un servicio semejante o sustituto
- Restricciones no arancelarias (están retornando algunos EF, representan entre el 5% y el 10% de los envíos, no se han analizado las causas aún)
- Informalidad
- Falta de claridad en la definición de qué institución debe hacer el seguimiento.
- Crisis financiera mundial

ANEXO N°2 Grupo de trabajo Interinstitucional

GRUPO DE TRABAJO INTERINSTITUCIONAL



ANEXO N°3: Modelo de Encuesta Institucional

Encuesta dirigida a las instituciones involucradas con el programa Exporta Fácil.

Objetivo: Determinar el cumplimiento de las metas y logros alcanzados por las instituciones involucradas como agentes promotores del proyecto Exporta Fácil en la provincia de Trujillo, en el periodo 2007-2013.

1. ¿Cuáles son las competencias de la Institución en el proceso de ejecución del Programa Exporta Fácil?
2. ¿Cuáles han sido los resultados alcanzados en cuanto a metas e indicadores en la provincia de Trujillo en el periodo 2007-2012?
3. ¿Cuáles son los indicadores que usan para medir el cumplimiento de las metas y objetivos propuestos?
4. ¿La oficina descentralizada cuenta con una unidad de medición del cumplimiento de metas y objetivos del programa Exporta Fácil?
5. ¿Cuáles son las metas y objetivos trazados que tiene la oficina descentralizada de Trujillo, para este año?
6. ¿La oficina descentralizada dispone de un presupuesto anual para labores de difusión y capacitación en la ciudad de Trujillo?
7. ¿La institución cuenta con un plan de capacitación permanente dirigido a los clientes de Exporta Fácil?
8. ¿En concreto, qué tipo de asistencia o ayuda reciben los clientes por parte de la oficina descentralizada?

9. ¿Qué dificultades ha encontrado la institución en el proceso de ejecución del programa Exporta Fácil en la provincia de Trujillo?
10. ¿Cuáles son los reclamos más frecuentes respecto al mecanismo que emplea exportar Fácil?
11. ¿La oficina descentralizada cuenta con un registro de sugerencias o reclamos de los clientes de Exporta Fácil?
12. ¿Cuál es el punto o fase crítica en el proceso por el mecanismo de Exporta Fácil?
13. ¿La oficina descentralizada cuenta con personal profesional que se encargue de realizar visitas de monitorio a clientes del programa Exporta Fácil?
14. ¿Se ha realizado labores de seguimientos a aquellos clientes que han dejado de usar el programa Exporta Fácil?
15. ¿Qué labores de coordinación realiza su institución con el resto de instituciones involucradas en la ejecución del programa Exporta Fácil?
16. De manera general ¿Cree usted que la inclusión de la MIPYMES al programa Exporta Fácil ha cubierto las expectativas?
17. De manera general, de una calificación del 1 al 10 ¿Cómo calificaría el cumplimiento de metas y objetivos alcanzados en la provincia de Trujillo, el período 2007-2012?
18. En su opinión ¿Cuáles serían sus sugerencias para mejorar el programa Exporta Fácil?

ANEXO N°4: Modelo de Encuesta Empresarial

Encuesta dirigida a los representantes de MIPYMES exportadoras.

Objetivo: Determinar cuál es la valoración de las ventajas y desventajas que tienen los empresarios sobre la aplicación del programa Exporta Fácil en la provincia de Trujillo.

1. ¿Por qué mecanismo usted se enteró de la existencia del programa exporta fácil?
2. ¿Qué opina sobre la difusión que tiene el programa exporta fácil?
3. ¿Qué opina sobre la simplificación de los procesos logísticos de comercialización empleados por el programa Exporta Fácil?
4. ¿Qué productos ha exportado haciendo uso del programa exporta fácil?
5. ¿El producto que exporta ha sido elaborado especialmente para estos fines? ¿Lo produce también para el mercado interno?
6. ¿Cuántas veces ha exportado su producto por medio de este programa en los últimos cinco años?
7. ¿A qué país(es) ha logrado exportar sus productos?
8. ¿Cuál es el monto en dólares que ha logrado exportar por año?
9. ¿En su caso personal, el exportar por este programa le ha sido?

Altamente rentable

Rentable

Poco rentable

10. ¿De qué manera usted ha logrado tomar contacto con los compradores de su producto?

11. ¿Cuál es a modalidad de pago por parte de sus clientes?
12. ¿Ha adquirido el directorio de compradores ofrecido pro PROMPERU?
13. ¿El producto que exporta ha sido objeto de críticas o reclamos por parte del comprador? Sí, No ¿Cuáles?
14. ¿Piensa que el producto que oferta se diferencian de la competencia en su mercado meta?
15. ¿Su empresa ha participado a eventos tales como ferias, ruedas de negocio organizado por PROMPERÚ o alguna institución parecida?
16. ¿Usted o su personal ha asistido a cursos de capacitación organizados por PROMPERU, MINCETUR, SERPOST, SUNAT u otras organizaciones parecidas?
17. ¿La oficina de SERPOST en la ciudad de Trujillo, cuenta con el personal capacitado para atender a los usuarios de exporta fácil?
18. ¿Qué opina sobre las tarifas de SERPOST?
19. ¿Alguna vez ha sufrido un siniestro?
20. ¿Qué problemas o limitaciones ha tenido usted en el envío de sus productos por el servicio postal?
21. ¿Cómo funciona el sistema de Tracking?
22. ¿Resultan de mucha utilidad como fuente de información y de consulta los portales web de las instituciones involucradas en Exporta Fácil?
23. De manera general, en el proceso de exportación, ¿cuál ha sido el tramo o fase donde encontró mayores dificultades?

24. De una puntuación del 1 al 10 ¿Cómo calificaría la eficiencia y eficacia del servicio que brinda SERPOST?
25. ¿Ha tenido dificultad en el otorgamiento del certificado de origen, por la cámara de comercio o ADEX?
26. ¿Ha recibido visitas seguimiento o monitoreo de parte de profesionales de instituciones como PROMPERÚ, SUNAT O SERPOST?
27. ¿Conoce el Sistema Integrado de Información de Comercio Exterior (SIICEX) de PROMPERÚ?
28. De una puntuación de 1 al 10 ¿Cómo calificaría la eficiencia y eficacia en la gestión que brinda la SUNAT?
29. De manera general, de una puntuación del 1 al 10, ¿Cómo evaluaría la gestión de las instituciones involucradas en el programa Exporta Fácil?
30. De manera general, ¿Cuáles sería sus sugerencias para mejorar el programa de Exporta Fácil?

ANEXO N°5 Captura pantalla SUNAT operaciones en línea

Menu Internet - SUNAT - Microsoft Internet Explorer

Viernes, 22 de Junio del 2007

SOL
SUNAT Operaciones en Línea

Ultimas selecciones

BIENVENIDO A SUNAT OPERACIONES EN LINEA,
realice con comodidad y seguridad sus Consultas y Transacciones.

[Sin Clave SOL](#) [Ayuda](#)

Consulta de RUC
Consulta de RUC, Consulta múltiple de RUC,

Declaraciones Informativas
Presentación de Declaración de Predios F.1630,

Trámites del RUC
Inscripción al RUC de Personas Naturales, Consulta de Inscripción al RUC de Personas Naturales,

Solicitudes
Solicitud de Suspensión de Retenc. y Pagos a Cta. F.1609, Presentación Solicitud Acceso Inform. Pública F.5030,

Consulta de Comprobantes de Pago
Consulta de Comprobantes de Pago,

Consultas de Declaraciones y Solicitudes
Consulta Suspensión de Retenc. y Pagos a Cta. F.1609, Consulta de Declaraciones de Predios presentadas, Consulta Solicitud Acceso Inform. Pública F.5030, Declaraciones Juradas,

Padrones
Agentes de Retención, Agentes de Percepción, Agentes de Percepción Venta Interna, Contribuyentes Renuncia Exoneración IGV, Buenos Contribuyentes, Entidades Deudoras del Estado, Imprentas Autorizadas SOL, Información reportada a centrales de riesgo,

Otras Consultas
Tipo de Cambio, Recuperación Onerosa, Pago a Proveedores, Cronograma de Obligaciones Mensuales, Agencias Bancarias, Consulta de Validez Clave SOL,

ESSALUD
Consulta para Empleadores,

Denuncias
Presentación Denuncias, Resumen de una Denuncia,

Calculadora Tributaria
Calculadoras de uso libre,

Quejas y Sugerencias
Presentar Queja/Sugerencia, Estado de una Queja,

Utilitarios PDT
Descargar PDT, Tablas Anexas,

¿Cómo obtener su Código de Usuario y Clave de Acceso?
DEMOS de SOL

© Copyright 2007 - SUNAT PERÚ
Todos los Derechos Reservados

ANEXO N°6: Modelo de Declaración Exporta Fácil

		DECLARACIÓN EXPORTA FÁCIL Guía Postal; CP-72, EM-1, CN-22, CN-23 (A)			Código de Barras Número de Guía Postal						
DSE N° Aforo:		Fecha :									
1	Exportador (remitente)					R.U.C. del Exportador					
DE	Dirección										
	País		Ciudad		Código Postal						
	Persona de Contacto			Tel/ Fax		E-Mail					
2	Importador (destinatario)										
PA RA	Dirección										
	País		Ciudad		Código Postal						
	Persona de Contacto			Tel/Fax		E-Mail					
3	DESCRIPCIÓN DE MERCANCÍA										
SERIE	Subpartida Nacional	Descripción de la Mercancía			Valor venta / N° de bulto	Cant./TUF	N° y Fec. C. de pago	Regimen Pres. y/o Apli.			
1											
2											
3											
4											
5											
4	Diligencia de Aduanas				Total V. Venta.		Total. Bulto				
Fecha: Hora:				Firma y Sello				Moneda de V.		N° Certificado de Origen	
								Tipo de Cambio		Otros Doc. Adj.	
								Total Serie			
5	Instrucciones del Exportador en caso de no efectuarse la entrega <input type="checkbox"/> Devolver <input type="checkbox"/> Abandonar				Controles sanitarios, fitosanitarios u otras restricciones <input type="checkbox"/> Si <input type="checkbox"/> No						
6	Oficina de Origen de SERPOST Fecha: Hora: Nombre: Código del Expendedor: Firma				7 Entrega en Destino Fecha: Hora: Nombre: Documento de Identidad: Firma						
8	Persona que Entrega el Envío a SERPOST Nombre: N° DNI					9 Peso Bruto (tarifado)					
					Firma		10 Valor Total Flete				
Certifico que la información contenida en la presente declaración es exacta, es decir, que las mercancías declaradas no constituyen objeto peligroso y/ o prohibido por las normas de la Unión Postal Universal ni por la legislación interna; sometiéndome en todo caso, a la responsabilidad administrativa, civil, tributaria y/o penal que ubiere lugar, eximiendo de dichas responsabilidades a SERPOST S.A. Asimismo, acepto pagar los gastos resultantes de la ejecución de las instrucciones impartidas aquí para el caso en que el envío no pueda ser entregado. De otro lado, como dueño o remitente de la mercancía descrita en esta declaración, autorizo a SERPOST S.A. para que, en el caso de las mercancías, toda vez que como Administración Postal del Estado Peruano está facultada a someter los envíos postales a control aduanero.											
Br: Campos Vásquez Marlon Stefano Br: Nomberto Mercado Renso								Pág. 99			
Firma del Exportador											

ANEXO N°7 Formato Tasa de Indemnización Postal Opcional – Exporta Fácil



**FORMATO: TASA DE INDEMNIZACIÓN POSTAL
OPCIONAL- EXPORTA FÁCIL**

FECHA

DATOS DEL EXPORTADOR

NOMBRE DEL EXPORTADOR : _____
 RUC _____
 DIRECCIÓN : _____
 TELEFONO : _____

DATOS DEL PRODUCTO

ENVÍO	Nro de FACTURA	PESO	Valor Declarado FOB (US\$)

IMPORTANTE

El infrascrito, cuyo nombre y dirección figuren en el envío, certifica que la información declarada en el presente formato es verídica y no omite ninguna información solicitada.

**Firma y Sello
Expedidora**

Firma del Remitente
 DNI :
 (Acepto las condiciones de la Tasa de
 Indemnización Postal Opcional - Exporta
 Fácil)

ANEXO N°8 Flujograma Exporta Fácil

DIAGRAMA DE FLUJO EXPORTA FÁCIL

