

**Reunión del Grupo Técnico Ejecutivo sobre
Integración Comercial por Envíos Postales para Mipymes**

28 y 29 de setiembre de 2015
Lima, Perú

INFORME DE LA REUNIÓN

Los días 28 y 29 de setiembre de 2015, tuvo lugar en la ciudad de Lima, Peru, la reunión del Grupo Técnico Ejecutivo sobre Integración Comercial por Envíos Postales para MIPYMES. La reunión contó con la presencia de las delegaciones de Brasil, Chile, Colombia, Ecuador, Paraguay, Perú, Uruguay, Venezuela y del Comité de Coordinación Técnica (CCT) de IIRSA. Adicionalmente asistieron a la reunión representantes de Guatemala y Honduras. Asimismo, representantes de UPAEP participaron vía web. La agenda de la reunión y la lista de participantes se adjuntan como Anexos 1 y 2, respectivamente.

Los objetivos del GTE consistieron en: i) Analizar el Plan de trabajo 2015, ii) Conocer la experiencia de Paraguay durante la visita del pre-diagnóstico, iii) Aprender de las experiencias de empresas usuarias de exporta fácil que han recibido apoyo de PROMPERU, iv) Conocer los avances del piloto de conectividad Perú-Brasil, v) Proponer soluciones y estrategias de acción concretas de corto, mediano y largo plazo. El encuentro adopto un formato de presentaciones y mesas de trabajo orientadas a la definición de acciones que se incluyeron en el Plan de Trabajo 2016.

La reunión fue inaugurada por el Director de Planeamiento del Ministerio de Transporte y Telecomunicaciones de Perú y Coordinador Nacional de Perú COSIPLAN-IIRSA, Sr. Adrián Lazo. El coordinador repasó los antecedentes del proyecto Exporta Fácil en IIRSA y destaco los resultados positivos alcanzados por Exporta Fácil para las Mipymes exportadoras e importadoras en Perú desde el 2007 y luego en los países que se han sumado a lo largo de los años. Expreso la importancia que continúen los intercambios de tecnología entre los países en el marco del proyecto y el fortalecimiento de la cooperación horizontal. Además, señaló la importancia del GTE como una oportunidad para el intercambio de experiencias en el proceso de integración y para que en el futuro más países de la región se sumen a la iniciativa. Finalmente, agradeció el apoyo de IIRSA, UPU y UPAEP.

Por su parte, la señora Rose Mary Antunes, del Ministerio de Comunicaciones de Brasil, destaco que es esencial tratar tanto los procesos de exportación como de importación ya que el proyecto es de integración comercial y por ello, se debe trabajar a lo largo de toda la cadena logística.

Seguidamente, se iniciaron las sesiones de trabajo tal como se encuentran en la agenda de la reunión. El CCT presentó los antecedentes del proyecto Integración Comercial por Envíos Postales en el marco de COSIPLAN-IIRSA, y explicitó los objetivos y resultados esperados del encuentro (Anexo 3).

Evaluación Plan de Trabajo GTE 2015

El Ministerio de Comunicaciones de Brasil hizo un recorrido detallado por las actividades previstas en el Plan de Trabajo 2014 para el GTE y su estado de situación. Las presentaciones se adjuntan como Anexos 3 y 4.

Los países que cuentan con el proyecto Integración Comercial por Envíos Postales implementado (Brasil, Colombia, Ecuador, Perú y Uruguay) presentaron los avances, obstáculos identificados y resultados alcanzados hasta la fecha. Para facilitar el análisis, cada país asignó un color (verde, amarillo o rojo) según el estado de la actividad. Según las presentaciones, todos los países avanzaron en actividades relacionadas a fortalecimiento del trabajo inter-institucional y capacitación (verde). Los mayores obstáculos están centrados en falta de presupuesto para actividades que apuntan a difusión de EF para conseguir más clientes, en algunos casos para financiar el relevamiento de datos para evaluación de mejora de los procesos EF y por último, formalización de los grupos para el tema de importación.

Finalmente, destacaron la importancia de intercambiar experiencias tanto en lo que se refiere al nivel estratégico como al nivel operativo. Las presentaciones correspondientes se adjuntan como Anexos 4 a 9.

Comunidad Exporta Fácil en ConnectAmericas

En el siguiente bloque, que estuvo a cargo de Perú, país designado por el grupo como coordinador de la actividad, se presentó la propuesta para la conformación de la comunidad “Mipyme Exporta Fácil”. Se explicó en qué consistiría la comunidad y el proceso de su conformación. Se propuso conformar en primer lugar una comunidad cerrada para los representantes de las instituciones involucradas de forma que empiecen a trabajar en los artículos/documentos a publicar (aspecto que luego se discutió en las mesas de trabajo) y en imprimir dinámica a lo que luego sería una comunidad abierta.

Se destacaron beneficios tanto para EF como para el usuario:

Beneficios para el proyecto EF	Beneficios para el Usuario EF
<ul style="list-style-type: none">• Visibilidad a nivel regional e internacional• Facilitación para la formación de alianzas• Posicionamiento y Sensibilización• Aumento de la base de usuarios• Sinergias con otros proyectos e instituciones relacionados al tema de exportación y Mipymes• Compartir buenas prácticas• Fomentar el trabajo en red• Obtener información, opinión y necesidades de los usuarios	<ul style="list-style-type: none">• Facilitar la formación de alianzas entre PYMES• Identificación de potenciales socios• Acercamiento a nuevos clientes.• Recibir asesoría en temas de interés• Identificar oportunidades en tema de exportación y Mipymes• Fortalecimiento de capacidades en cada país (trainings, workshops, etc.)• Compartir dudas, fallas y ventajas del sistema y recibir feedback de parte de los operadores.• Trasladar a la comunidad temas de interés

Finalmente se explicaron los riesgos que se corren con este emprendimiento por lo que se solicitó el compromiso de los países tanto para la revisión de la propuesta como para proporcionar los datos de quienes estarían formando parte de la comunidad activamente en cada institución. Para mayor detalle sobre el funcionamiento de la comunidad por favor consultar anexo 10.

Indicadores: resultados y acciones a definir

En esta sección, se presentaron brevemente los indicadores en los que los países habían trabajado: económicos, sociales, gestión e institucionales. Se plantearon interrogantes sobre cada grupo de indicadores con el fin de determinar las fuentes de medición, tiempos de medición, responsables y fin de los indicadores.

Luego, se formaron mesas de trabajo y surgieron las siguientes propuestas:

1. Mesa Indicadores Económicos (Chile, Ecuador, Perú, Uruguay y Venezuela)

- Es necesario determinar el tiempo de medición de los indicadores. Se propone calcular en año calendario. Por ejemplo: medir desde el 11 de octubre del año 2006 al 11 de octubre del año 2007.
- Cada país debe incluir en su indicador qué entiende por exportación y qué entiende por envío postal ya que existen distintos criterios. Por ejemplo, en Chile solo es considerado exportación aquellos envíos mayores a USD2000. Por debajo de dicho monto son solo envíos postales.
- Es necesario desglosar el indicador de destinos internacionales. Se propone que cada país tome el de destinos internacionales en general y luego calcule aquellos destinos de interés que le permitan tomar acciones concretas. Por ejemplo, Ecuador afirmó que el intercambio dentro de la región es bajo pero sería útil identificar el volumen con cada país.

2. Mesa Indicadores Sociales (Brasil, Chile, Perú y Paraguay)

- La mayoría de los países solo puede medir a los usuarios de EF una vez que ya son parte de la base y están formalizados. Si bien se hizo referencia a la necesidad de hacer focus group y entrevistas, es una tarea en la que cada país debería trabajar. Se propuso también que se cree un "EF numerado" (en referencia a S1, S2)
- Además se propuso contemplar entre los indicadores sociales un indicador que haga referencia a la cantidad de mercadería devuelta, desde qué país y motivo. Es decir, medir las exportaciones no concluidas.
- Otro tema a incluir propuesto fue el de los mediadores: cómo funciona esto en zonas alejadas. Para este punto se volvió a hacer referencia a la necesidad de focus group y encuestas.
- Se propuso hacer en los indicadores una segmentación por producto y por zona.

3. Mesa Indicadores de Gestión (Perú y Paraguay)

- Se propuso medir G1 pero de forma bilateral y a partir de mercados de interés de cada país. Esto es, cada país define cuáles son los mercados más relevantes o de mayor interés y luego mide los tiempos establecidos en G1. Esto se considera de mayor utilidad para el país y ahorra tiempo al equipo.
- Sobre G2 se sugirió no medirlo de esta forma pues el impacto de la sensibilización no es inmediato. Se propone medir el número de capacitaciones y el número de asistencias.

4. Mesa de Indicadores Institucionales

- I1. Se propone medir semestralmente la cantidad de convenios marcos entre instituciones
- I2. Se propone medir la cantidad de convenios/actividades en forma bimestral
- I3. Se propone no medir la cantidad de puestos sino la cantidad de instituciones que contemplan un rol dentro de EF en forma anual

- 14. Se propone nombrarlo “Institucionalidad de EF” y que mida la formalización de EF en cantidad de políticas institucionales dentro de las instituciones.

La CCT incorporará los comentarios y enviará los indicadores. Asimismo, se compartirá el trabajo realizado por Ecuador sobre indicadores que por un tema de tiempos, no fue posible presentar en este panel.

La presentación se adjunta como anexo: 11

Integración Comercial por Envíos Postales: El caso de Chile

En el caso de Chile, se explicó que EF es una gran oportunidad para aumentar las exportaciones diversificando la canasta. Si bien actualmente Chile está entre los primeros importadores de la región, se espera modificar esta tendencia dando una nueva opción simplificada de exportación que permita alcanzar nuevos mercados.

Se resaltó que EF no se entiende como un servicio logístico sino que se trata de un sistema integral que comprende la acción de varias instituciones:

- Correos Chile: Reducción costos de envíos postales.
- Servicio Nacional de Aduanas: simplificación de trámite.
- Direcon: integración programas export@fácil en la AP.
- ProChile: gestión y desarrollo del Programa EF
- Ministerio de Economía: instrumentos de apoyo como Agenda Digital, Corfo, Sercotec
- Ministerio de Hacienda: Subir el umbral para no requerir agente de aduanas/ desarrollo de ventanilla única para trámites online (certificados de origen y sanitarios, declaraciones de exportación, etc.)

También explicaron que actualmente, cualquier envío al exterior por encima de USD2000 es considerado una exportación por lo que hay reembolso de impuestos mientras que por debajo de dicho monto se considera un envío postal. En este contexto, y teniendo en cuenta la creciente tendencia de envíos postales, se está trabajando en la implementación coordinada del EF.

La presentación se adjunta como anexo: 12

Usuarios exporta fácil en Perú

El panel estuvo conformado por tres usuarios de Exporta Fácil en Perú:

1. My peruvian products: Empresa huanuqueña enfocada al comercio electrónico que exporta diversos productos peruanos.
2. Motos Andes S.A.C: empresa peruana que fabrica y exporta accesorios de plástico reforzado en fibra de vidrio (PRFV) para motocicletas sport.
3. Alpaca Montoya S.A.C: Empresa familiar dedicada a la exportación de prendas de alpaca y accesorios de piel de alpaca

Los usuarios afirmaron que Exporta Fácil significó una gran oportunidad tanto por la simplificación de trámites como por el acceso a otros mercados. Especialmente, en el caso de My Peruvian Products, EF le permitió ahorrarse mucho tiempo y costos de flete pues se encuentra alejado de la capital. Todos coincidieron en los beneficios que traería que EF funcionara en todos los países y que se hablara “un solo lenguaje”. Que la marca

EF sea reconocida en otros países, incluso fuera de la región. Incluso se propuso que se pudiera desarrollar una especie de certificado para aumentar la confianza de los clientes en el exterior.

Por otra parte, destacaron la importancia de que cuando se genere nueva reglamentación a nivel nacional, se considere la existencia de EF para que no se afecten los resultados positivos alcanzados hasta el momento. También, los tres usuarios coincidieron en que el reconocimiento que solían recibir por la cantidad de exportaciones por EF, era beneficioso para su imagen y gratificante por los esfuerzos realizados. Las Mipymes valoran que el gobierno reconozca sus esfuerzos.

Por último, los países consultaron si tenían inconvenientes para definir las subpartidas, que suele ser un problema para muchas mipymes. Los usuarios dijeron que yendo a la Cámara de Comercio con el producto, podían resolver ese problema fácilmente. En lo que respecta al funcionamiento del reclamo con seguro de envío, los usuarios explicaron que se rigen por la normativa de la UPU la cual establece que una vez que se frena un paquete puede estar entre 60-90 días en inspección. Como un cliente tiene un alto valor para las Mipymes, entonces las mismas empresas envían el producto apenas les avisan que hubo un inconveniente de forma de no perder el cliente. My Peruvian Products, por ejemplo, explicó que de esta forma ha podido hacer hasta 10 ventas al mismo cliente durante los 90 días que le toca esperar a que se resuelva el problema del primer paquete. Finalmente, se hizo referencia a los nuevos mercados y la posibilidad de exportar a China. De la discusión entre los presentes y los usuarios, se concluyó que es la calidad de los productos la que marca una diferencia y la llave está en identificar el nicho del mercado en China u otros países asiáticos que pueden ser grandes compradores.

La presentación se adjunta como anexos: 13, 14 y 15

Pre-diagnóstico Paraguay

La presentación se centró en desarrollar los antecedentes a la visita de pre-diagnóstico y las acciones generadas a partir de la misma. Todas las instituciones involucradas (Vice-Ministerio de Mipymes del MIC, Dirección Nacional de Correos del Paraguay, Dirección Nacional de Aduanas) explicaron que Exporta Fácil es una herramienta que puede contribuir al Plan de Desarrollo Nacional a través de la creación de nuevas oportunidades para las Mipymes. El Plan apunta principalmente a la reducción de la pobreza y la promoción del desarrollo social, al crecimiento económico inclusivo y finalmente, a la inserción de Paraguay en el mundo. En este marco, la implementación de EF es una prioridad para el país.

Durante la visita de pre-diagnóstico que duró dos semanas se visitaron más de 24 instituciones del sector público y privado. De las diversas reuniones y taller de trabajo inicial surgieron los siguientes convenios y vínculos comerciales: MIPYMES (Vice Ministerio), IPA (Instituto Paraguayo de artesanía), SENATICS, (Secretaría Nacional de Tecnología de la Información y Comunicación), DINAC (Dirección Nacional de Aeronáutica Civil), AEX (Asunción Express Courier) representante de Federal Express (FEDEX) en Paraguay.

Finalmente, los representantes resaltaron la importancia de la participación de Brasil y Uruguay en la visita con el fin de fortalecer la cooperación horizontal y solicitaron que esta práctica tenga continuidad pudiendo así los países que ya tienen implementado EF, ayudar a que se implemente en Paraguay.

La presentación se adjunta como anexo: 16

Piloto de Conectividad entre Exporta fácil e Importa Fácil: Brasil y Perú

Los representantes de Perú y Brasil explicaron en qué consiste el piloto de conectividad y las fases de trabajo que esto implica para los equipos de ambos países. El objetivo principal es dinamizar el funcionamiento de la cadena ampliada de exportar-importar fácil (desde el exportador al importador). Para ello, es necesario que las

instituciones involucradas (Correos, Aduanas y Agencias de Promoción) coordinen acciones conjuntas e intercambien información en forma anticipada.

El piloto, que en un futuro espera poder replicarse en toda la región, se organiza en tres fases. La primera hace referencia a la adecuación de procesos existentes, compartir información y definir las empresas que formarían parte del proyecto piloto. La segunda fase incluye modificaciones coordinadas en temas de procesos operativos así como estandarización de procesos. La tercer y última fase, se orienta a realizar ajustes y difundir los resultados. La capacitación de mipymes es transversal a todas las fases. Otro tema muy importante que destacaron los países es la necesidad de desarrollar líneas de base desde la fase 1 para poder medir resultados en la fase 3.

La presentación se adjunta como anexo: 17

UPAEP: tratamiento prioritario a los envíos en destino y proyectos UPAEP

Desde la UPAEP destacaron que el *exporta fácil*, junto con el correo electrónico, han dado un giro por completo. No obstante, hay que continuar trabajando en fortalecer el servicio de paquetería. Es necesario revisar los procesos operacionales para que mejoren en cuanto a la rapidez, eficiencia y seguridad para los clientes. UPAEP señaló que los correos deben hacerlo en coordinación con las agencias de promoción de las exportaciones y las aduanas y así buscar conjuntamente soluciones en temas tales como normativas y tecnología.

Luego, se hizo un breve recorrido por las acciones en las que está trabajando UPAEP como talleres de comercio electrónico e instalación de software que necesitan los correos para avanzar en temas de comercio electrónico. En lo que se refiere a la seguridad postal, UPAEP está trabajando en un Programa de Seguridad Postal para establecer normas mínimas de seguridad para que las importaciones y exportaciones de comercio electrónico sean certificadas.

Finalmente, se respondieron preguntas de las instituciones presentes y se concluyó que definitivamente, la seguridad postal es clave y los correos necesitan entrenamiento en este tema. Especialmente, en lo que se refiere a *exporta fácil*, los procesos postales deben ser reguardados. En cuanto a las tarifas y servicio de tracking, se señaló que no todos los países aún han instalado el global tracking. Además UPAEP, señaló que una posibilidad sería negociar con los consolidadores para que envíaran un sms al cliente y, en lo que se refiere a las tarifas, tal vez sea posible hacer un estudio de costo y hablar sobre este tema con los operadores privados.

La presentación se adjunta como anexo: 18

Programa de facilitación de comercio de la UPU- Herramientas de apoyo

En principio se hizo un breve resumen de las oportunidades que existe para la interacionalización de las mipymes de la mano de los correos. Como se había mencionado en la presentación de los usuarios *exporta fácil*, la **confianza y la previsibilidad** son claves para las exportaciones de las mipymes. En este sentido, los servicios postales pueden aportar mediante: transporte seguro de las encomiendas, seguridad electrónica de datos y promoción de los intercambios con los países. Asimismo, se identificaron una lista de necesidades de las mipymes que representan oportunidades para los correos:

Luego, se explicó que desde el 2012, la UPU ha creado el grupo de Desarrollo para Mipymes, demostrando el compromiso con la creación de soluciones para el ese sector. Dicho grupo de trabajos e divide en cuatro grupos de trabajo:

1. Replicación de Exporta e Importa Fácil, 2. Cadena Logística y construcción de capacidad (por ejemplo, trabajar con aduanas en simplificación de trámites), 3. Sensibilización de actores (los proyectos deben ser diseñados y ejecutados por los gobiernos y no solo por operadores postales), 4. Herramientas de diseminación del conocimiento (repositorio de estudios que se han llevado a cabo en el marco de la UPU sobre facilitación del comercio y casos de éxito exporta fácil).



Finalmente, se hizo referencia a las acciones de la UPU entre las que se destacan: 1. Replicación Piloto de EF en otros países y, 2. Cadena logística y construcción de capacidad. En el primer caso, se han desarrollado la primera versión de una guía de implementación del Exporta Fácil y un curso de capacitación que se aplicarán en dos pilotos: España y Malasia. Se espera empezar los pilotos en 2015 y hacer los ajustes necesarios al material para que luego pueda diseminarse el proyecto a más países. El segundo punto, hace referencia al circuito CDS en el que se incluyen varias instituciones para intercambiar información entre operadores designados, aduanas y entre países. Se diseñó de forma tal que la información ingresada por los clientes, no tenga que ser reingresada sino que sea aprovechada por el CDS. También, el sistema contempla no solo la lista de objetos prohibidos o restringidos sino las exigencias del país de destino. Por último, se explicó que el CDS se comunica con varios sistemas y puede modificarse el tipo de información que se transmite coordinando con otras instituciones. Por ejemplo, Aduanas de Paraguay solicitó al correo más detalle sobre el tipo de subpartida para tener mayor información. Para ellos se implementaron cuatro sistemas simplificados para mejorar la estadística que provenía del sistema.

Los participantes señalaron la importancia que se genere dentro del estado un grupo paralelo que trabaje en la reducción de tiempos a través de información electrónica. Además, que dicho equipo de trabajo analice toda la cadena comercial incluyendo las necesidades (información requerida) de todos los actores involucrados, tanto correos como aduanas. Se solicitó a la UPU mayor inversión en temas de desarrollo tecnológico en los países. Desde la UPU se explicó que se tomó alrededor de unos 7 años acordar y desarrollar un padrón con la oMA, trabajar en el circuito y hacer el piloto. No obstante, se señaló que el circuito de CDS es un gran avance y que permite coordinar con la aduana que otros campos de información necesitarían. Desde la UPU se comprometieron a traer más información sobre este circuito que es de mucho interés para los países EF.

La presentación se adjunta como anexo:

Ruta Exportadora PROMPERU: Herramienta de Internacionalización para Pymes

El objetivo de la presentación era compartir cómo ingresan las empresas a PROMPERÚ y como se apoya a aquéllas empresas que se inician en EF. Para ellos se explicó en qué consiste la ruta exportadora y con qué

herramientas cuenta PROMPERÚ de orientación, capacitación e información para que las Mipymes vayan creciendo y migrando a nuevos mercados de forma que sea un proceso sostenible y no dependan de un solo cliente.

Una herramienta central es la ruta del exportador. Existe un test que permite que una empresa sea asignada a una parte de la ruta (interesados en exportar, exportadores en proceso, exportadores) y reciba el apoyo adecuado. Por ejemplo, existe un Programa de Imagen Corporativa muy importante para las mipymes pues el cliente espera comprar lo que ve en la web. Si una empresa EF no respeta esto quizás por desconocimiento, entonces se puede dañar la imagen de la empresa. Si bien la orientación no tiene costo, lo que se refiere a fotografías o diseño corre por costo de la empresa pues PROMPERÚ trabaja con consultores para algunos desarrollos en particular.

Asimismo, existe una mesa de ayuda sobre consultas de exportaciones que incluye aquellas referidas a EF, un aula virtual que permite capacitarse, los seminarios web y días dedicados al exportador. PROMPERÚ cuenta con espacios físicos donde en Lima y subregiones donde se brindan cursos de comercio electrónico, marketing, etc. Otra herramienta es SIICEX, una plataforma virtual de información comercial actualizada por PROMPERÚ. En esta plataforma hay información valiosa para las Mipymes como cronograma de ferias, estudio de mercado, información de productos, etc.

Finalmente, se explicó que se hicieron alianzas con las Cámaras para brindar cursos de inducción que PROMPERÚ lo ha estandarizado en unas 30hs. En lo que refiere al trabajo con otras instituciones para el tema de certificados, PROMPERÚ trabaja en coordinación y ha desarrollado también un programa de ingreso a mercado que le ayuda a las empresas a trabajar el tema de las certificaciones. Los guían en los requisitos y pasos pero cada empresa tramita sus certificados a través de una ventanilla única de comercio exterior que les permite gestionarlos más rápido.

La presentación se adjunta como anexo: 19

Mesas de Trabajo

En todas las mesas de trabajo, organizadas según las necesidades los países y, con el objetivo de avanzar en acciones concretas en cada una de los temas identificados; se respondieron las siguientes preguntas: 1. Qué hacer? 2. Por qué? 3. Cómo hacerlo? 4. Cuándo? 5. Material de apoyo 6. Quién lo hace?

Mesa 1: Impulsar venta de los exportadores

Coordinan Perú y Chile (Carol Flores y Mauricio Bordachar)

Tarea: desarrollar en 6 semanas un plan para que se realicen cada una de las estrategias señaladas (1 a 4) o priorizar alguna de ellas.

- a) Por qué?: parte del éxito de EF radica en que las empresas hagan exportaciones en forma sostenible, siendo clave la identificación de clientes.
Cómo?: 1. Base de datos de clientes finales en función al producto, sector y mercado. 2. Identificar Servicios de Marketing Digital acorde a la oferta exportable de los usuarios y mercados. 3. Plataforma de oferta de productos institucionales (país, empresa, producto priorizado).4. Ingresar y consolidar el Market Place en Connect Americas
Quiénes?: Agencias de Promoción y países

Mesa 2: Convenios Institucionales

Coordinan Perú y Paraguay (Friberg Quispe y Cynthia Da Rosa)

Tarea: construir en 4 semanas modelos de los convenios en las 4 variables señaladas (a/b/c/d) para compartir con todo el grupo.

En esta mesa se centraron en crear convenios de cooperación interinstitucional:

- b) Para: Institucionalizar el sistema de exportación postal (EF)
Por qué?: Se quiere fortalecer el sistema
Cómo?: Identificando instituciones/Entidades Definir obligaciones/Definir marco legal
Cuándo?: 1 semestre
Quiénes?: Correos - Aduanas. Agencias de Promoción - Aduanas Agencias de Promoción – Correos
- c) Para: Capacitar al personal que brinda el servicio EF
Por qué?: se quiere uniformizar información y mecanismos de promoción. Que exista un único lenguaje y exista la misma información en la oficina postal, aduanas y agencia de promoción.
Cómo?: Reuniones de coordinación Generación de documentos
Cuándo?: Trimestral
Quiénes?: Correos - Aduanas. Agencias de Promoción - Aduanas Agencias de Promoción – Correos
- d) Para: Formalizar a los potenciales exportadores
Por qué?: es un requisito legal.
Cómo?: Identificando entidades / instituciones involucradas en esta tarea. Generación de documentos formales
Cuándo?: Semestral
Quiénes?: Ministerio de Industria y Comercio (similares) - Correos Agencia de Promoción - Correos Cámaras de Comercio - Agencia de Promoción Bancos estatales - Ministerios – Correos
- e) Para: Difundir alcances y beneficios
Por qué?: Porque queremos masificar esta herramienta
Cómo?: Identificando entidades / instituciones involucradas en esta tarea. Generación de documentos formales
Cuándo?: Semestral
Quiénes?: Correos/Aduanas/Agencias - Universidades Correos - Cámaras de Comercio Correos - Gremios empresariales Correos - Medios de Comunicación

Mesa 3: Comunicación/Divulgación/Difusión

Coordina: Ecuador (Andrea Cisneros)

Tarea: Construir un Plan de comunicación regional y una hoja de ruta nacional (con tareas y responsables que pueda servir de modelo a otros países). Luego cada institución deberá desarrollar su propia hoja de ruta.

Qué hacer? Socializar

Para qué? Para crear compromiso

Por qué? Garantizar y sostener el proyecto

Cómo? Socializaciones, talleres, etc

Cuándo? Inmediato. Dic 2015

Materiales de Apoyo: Presentaciones, Informes, Modelos de Convenios
Quiénes? Correos, Aduanas, Mipymes entidad estatal, Agencias de promoción de Exportaciones

Mesa 4: Capacitación

**Tarea: construir en 4 semanas un Plan de trabajo que incluya los puntos explicados a continuación.
Coordina: Chile (Nicolás Silva)**

Se definieron dos líneas de capacitaciones: funcionarios públicos y clientes. Los que capacitarían serían todas las instituciones de los diferentes países. Las agencias de promoción de exportaciones en Comercio Exterior, Aduanas en trámites aduaneros y Correos en servicios postales.

Se propuso desarrollar un canal de capacitación dentro de ConnectAmericas y realizar pasantías entre funcionarios. Dentro de los funcionarios a capacitar se definen tres niveles: directivos, jefes de área y personal operativo. Los clientes serían capacitados según su experiencia EF: inicial, frecuente, experto (estos términos deben ser definidos y estandarizados en los países).

Mesa 5: Orientaciones (Guías y FAQ)

Coordina Perú (Luis Figueroa)

Tarea: incorporarse a la comunidad cerrada de CA, definir temas a trabajar en modelos/plantillas de temas relevantes y comenzar a trabajar dichas plantillas (4 semanas).

Se propuso ConnectAmericas como una forma de comunicación entre las diferentes instituciones para compartir y difusión información. Se concluyó que las instituciones ingresarán a la comunidad de CA y definirán temas prioritarios sobre los que se desarrollarán documentos guías. Por ejemplo: un documento de "Envío/Ingreso de muestras" que incluya para cada país: qué considera muestra, hasta qué monto, que tipo de producto, tratamiento de muestras. Estandarizar formatos.

Se sugirió revisar el "Export Guide" de la UPU para hacer formatos un poco más elaborados.

Mesa 6: Promoción

Coordina: Ecuador y Paraguay (María Ángeles y Lourdes)

Tarea: 4 semanas para definir acciones concretas de promoción y un explicativo de cómo se llevaría a cabo.

Ecuador, Colombia y Paraguay compartieron algunas de sus estrategias como participaciones en canales de aire públicos de TV, radio y redes sociales. Luego se hizo mención a los concursos de reconocimiento de usuarios EF. Y por último, a la importancia de identificar actores claves como Cámaras de Comercio, para crear redes, ofrecer el servicio y desarrollar convenios con dichas instituciones.

Premiación al mayor exportador con descuentos o participaciones en ferias (a definir). Evento de forma anual que podría replicarse en otros países al igual que la difusión vía TV y radio pública.

Próximos pasos

- Envío de informe del GTE y compromisos adquiridos por cada país al 14/10/2015
- Comentarios de los países al informe y en especial a las conclusiones de las mesas de trabajo del último panel al 18/10/2015

Plan de Trabajo 2015 – 2016. Integración Comercial por Envíos Postales para Mipymes

A. Planes de Trabajo

- Consensuar el Plan de trabajo anual (20 de Oct 2015)
- Desarrollar Planes Nacionales 2016 (15 de Nov 2015)

B. Desarrollar y afianzar el sistema EF

1. Impacto del proyecto (Dic 2015)

- **Calcular y analizar los indicadores para cada uno de los países. Incorporarlos en el informe de actividades de COSIPLAN-IIRSA. (Nov 2015)**
- Construir formatos de convenio para indicadores institucionales (**Mesa 2 de trabajo: PE-PR. Nov 2015**)
- Plasmar los indicadores en forma gráfica para su uso en herramientas de difusión (Dic 2015)

2. Difusión EF (Ene 2016)

- Contribuir con el desarrollo de la herramienta de difusión proveyendo información y feedback (Oct-Dic 2015)
- **Implementar y testear la herramienta de difusión regional EF (Dic 2015)**
- Construir un plan de comunicación regional y una hoja de ruta nacional que sirva como modelo para los otros países (**Mesa de trabajo 3: EC. Nov 2015**)
- Registrar casos de éxito en forma sistemática (Feb 2016)

3. Construir la Comunidad Mipyme Exporta Fácil en ConnectAmericas

- Enviar los datos a la CCT de los representantes de cada institución que formarán parte de la comunidad (15 oct 2015)
- Comentar la propuesta enviada (20 oct 2015)
- Comenzar a trabajar en la comunidad cerrada en la identificación de temas relevantes para la construcción de plantillas para temas operativos (**Mesa 5 de trabajo: PE. Nov 2015- Feb 2016**)
- Definir un plan de trabajo regional (parte del plan de difusión del punto 2) para alimentar y dinamizar la comunidad abierta Mipyme EF (Nov 2015)
- Construir un plan de trabajo de capacitación regional (**Mesa de trabajo 4: CH. Nov 2015**)
- Desarrollar un propuesta con acciones concretas de promoción (**Mesa de trabajo 6: EC y PR Nov 2015**)
- Desarrollar y consolidar un Market Place (**Mesa de trabajo 1: PE y CH (Dic 2015- Julio 2016)**)

4. Apoyo a las operaciones EF

- **Presentación resultados de pre-diagnóstico Paraguay. Visita del equipo del Paraguay a país con Exporta Facil en funcionamiento. (Oct 2015)**
- **Implementación de EF en Paraguay (Nov 2015- Julio 2016)**
- Guías/manuales de implementación EF para futuras implementaciones
- Registro de buenas prácticas (PR)
- **Visita de monitoreo a Ecuador (Noviembre 2015)**
- **Fortalecer la cooperación horizontal: participación activa de todos los países en las visitas de monitoreo y en la implementación en Paraguay.**
- **Acompañar a Chile en la implementación EF en coordinación con países de la Alianza del Pacífico (Oct 2015- Julio 2016)**
- **Visita de monitoreo Colombia (Marzo 2016)**

- **Continuar con las reuniones virtuales de apoyo e intercambio entre los países (Oct 2015- Jul 2016)**

C. Importación

- Implementar las fases I del Piloto de Conectividad Brasil-Peru (Dic 2015)
- Implementar las fases II y III del Piloto de Conectividad Brasil-Peru (Marzo y Julio 2016)
- Elaborar informes anuales de seguimiento de los Planes de Trabajo Nacionales para la simplificación de los procesos postales de importación (*).
- Formalizar/Renovar el Comité de Trabajo Inter-Institucional del proyecto en cada país.
- Formalizar el Comité de Contacto Correos – Aduana

(*) Actividad a ser realizada por cada uno de los países en función del Plan de Trabajo Nacional definido al 15 de noviembre de 2015.

D. Otras actividades

- Profundizar las correlaciones entre las acciones del GTE sobre Integración Comercial por Envíos - - - -
- Postales con los proyectos y actividades de la UPU y de la UPAEP. (Brasil)
- Realizar una reunión del Grupo Técnico Ejecutivo en Rio de Janeiro **(países EF)**
- Dar seguimiento a la implementación de EF España utilizando la metodología UPU e identificar sinergias para los países de la región. (Brasil)

Listado de anexos en: <http://www.iirsa.org/Event/Detail?Id=283>