

SOBRE EL ACUERDO DE FACILITACIÓN DEL COMERCIO

El proceso AFC en Argentina requiere un fuerte impulso de la Jefatura de Gabinete respaldado por una orden efectiva presidencial

9 enero, 2018 | Economía, Negocios,

[Home](#) » [Economía](#) » [Negocios](#) » [Sobre el Acuerdo de Facilitación del Comercio](#)



Por Enrique S. Mantilla Presidente de la Cámara de Exportadores de la República Argentina (CERA)

En 1943, cuando se funda la CERA, su estrategia señalaba que había que pasar de ser el granero del mundo y enfatizar la agregación de valor local. La integración inteligente al mundo subrayaba las oportunidades que en ese momento planteaba un mundo en el que se desarrollaba la II Guerra Mundial.

En 2017, en Argentina se puso de moda la expresión “pasar de ser el granero del mundo al supermercado del mundo”.

El problema de este slogan es que la palabra supermercado hace referencia a un modelo de comercialización, y no de producción. A su vez, el modelo de supermercado ha sufrido, en los últimos 10 años, cambios sorprendentes.

Hoy se habla de empresas plataforma multiformato omnicanal. Donde los productos que se ofrecen son de distintas procedencias y se distribuyen en formatos alternativos: el supermercado clásico, el expés, el que atiende a mayoristas y el e-commerce (por ejemplo, AmazonFresh). Cada canal de distribución tiene una misión específica. Por otra parte, en la empresa plataforma se refuerza a su interior los mecanismos de inteligencia artificial y hacia el exterior la relación personalizada de marketing con los clientes, entre otras novedades.

A su vez, las empresas plataforma organizan su abastecimiento incluyendo también marcas propias y ofreciendo a sus clientes servicios de auditoría con preferencias de certificación y aseguramiento de sus intereses como consumidores.

Un ejemplo es la promoción de la empresa Audi de Alemania que, pese a que la Unión Europea renovó la autorización del uso del glifosato, exigirá a sus proveedores límites mucho más estrictos de trazas de glifosato en todas sus ofertas de productos.

A su vez, una estrategia nacional exportadora es mucho más amplia de lo que se puede vender en ese canal comercial.

Por otra parte, para el comercio internacional el tiempo es esencial, sobre todo con el desarrollo en los últimos 25 años de las cadenas de valor global.

Por eso la fuerte presión internacional sobre la efectividad de los organismos públicos que tienen influencia en los movimientos transfronterizos y de los estándares de certificación de los requisitos técnicos que deben cumplir las mercaderías.

La mayoría de los principales países con los que comerciamos están mucho más adelantados en la implementación del Acuerdo de Facilitación del Comercio (AFC), una de cuyas herramientas es la instalación de la Ventanilla Unica de Comercio Exterior (VUCE). Por ejemplo, en ASEAN, el acuerdo para establecer el sistema de Ventanilla Unica (ASW) fue firmado por los Ministros de Economía en diciembre del 2005 mientras que Argentina los puso en marcha recién en octubre de 2016.

Por otra parte, Argentina la puso en marcha y aun no ratifico, en la Organización Mundial del Comercio, el Acuerdo de Facilitación del Comercio (AFC) pese a que en 2017 fue aprobado por el Congreso.

En la publicación del Banco Interamericano de Desarrollo (BID) “Cómo salir del laberinto fronterizo”, se señala con acierto en tener en cuenta que impulsar la facilitación del comercio debe tener en cuenta tres pilares fundamentales: reformulación de los procesos, la mejora de las operaciones y la introducción de más y mejor tecnología, lo que requiere una correcta definición estratégica de inversiones en conectividad digital.

También señala que “los procedimientos deficientemente diseñados no van a racionalizarse de un modo mecánico ni van a lograr el procesamiento más ágil de los cargamento por la mera incorporación de tecnología de información” y “la situación solo mejora si los sistemas se rediseñan según un plan maestro perfeccionado”.

Por ejemplo, si la atención 24/7 no está garantizada de manera constante, los tiempos de procesamiento serán aquellos de los organismos con horarios de atención más reducidos.

Teniendo en cuenta la experiencia de otros países, el proceso AFC en Argentina requiere un fuerte impulso de la Jefatura de Gabinete respaldado por una orden efectiva presidencial.

Al fin y al cabo, la efectividad de las políticas de atracción de inversiones en el sector exportador está condicionada por las políticas públicas aplicadas para la facilitación del comercio.