

EXPORTACIÓN POR ENVÍOS POSTALES

TRES NIVELES DE ANÁLISIS

JUAN PEDRO BRANDI*

Economista egresado de la Universidad Nacional de La Plata (UNLP), Argentina. Magíster en Estudios Internacionales de la Universidad Torcuato di Tella, Argentina, especializado en la internacionalización del desarrollo local. Docente de la UNLP; del Instituto del Servicio Exterior de la Nación (ISEN), Cancillería Argentina y de la Escuela de Educación Continuada (EEC), Consejo Profesional de Ciencias Económicas de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Es investigador del Departamento de Relaciones Económicas Internacionales (DREI) dependiente del Instituto de Relaciones Internacionales (IRI) de la UNLP. Se ha desempeñado como consultor en diversas organizaciones públicas y privadas. Es Asociado en el Estudio Chinen, Morbelli y Asociados dedicado a la internacionalización de las empresas y el estudio de mercados nacionales, regionales e internacionales.

El presente artículo tiene por finalidad narrar la experiencia del proyecto Exportación por Envíos Postales impulsada en el marco de la Agenda de Implementación Consensuada (AIC) 2005-2010 de la Iniciativa para la Integración de la Infraestructura Regional Suramericana (IIRSA), vista desde los enfoques que valorizan la exportación, y desde tres niveles de análisis diferentes. No es la intención de este documento evaluar el éxito o fracaso de la experiencia en sí, sino conceptualizar la racionalidad del instrumento como promotor de exportaciones y de exportadores. En la primera parte, hacemos una presentación del programa y narramos las experiencias de Brasil y Perú. En segundo lugar, analizamos el programa a través de las teorías que focalizan la relevancia de la exportación. Por último, presentamos las consideraciones finales.

EL NACIMIENTO DEL PROGRAMA

En la primera Cumbre del año 2000 desarrollada en Brasilia, los Jefe de Estado asumieron la obligación de fomentar políticas para apuntalar la integración en América del Sur. Así nace la Iniciativa para la Integración de la Infraestructura Regional Suramericana (IIRSA), que consiste en un mecanismo institucional de coordinación de acciones

intergubernamentales de los doce países suramericanos, con el objetivo de construir una agenda común para impulsar proyectos de integración de infraestructura de transportes, energía y comunicaciones.

Luego de los primeros pasos de la Iniciativa, de planificación preliminar y la organización inicial, en 2004 se optó por tomar un enfoque basado en resultados a fin de intensificar la gestión del proceso integrador. Para evitar un posible desaliento, se buscó consolidar todos

* El autor agradece los comentarios de Laura Bogado Bordazar y Néstor Daniel Berrettoni. Todas las opiniones son personales.

los avances logrados y capitalizar las contribuciones de expertos y de reuniones técnicas llevadas a cabo hasta esa fecha. Se buscó una nueva estrategia. Por este motivo, hacia fines de 2004, durante la reunión llevada a cabo en Lima, Perú, los países miembros de IIRSA proponen una agenda común con 31 proyectos de gran envergadura en cuanto a la integración de América del Sur. De esta forma surge la Agenda de Implementación Consensuada (AIC) 2005-2010 que es firmada por los presidentes de la región en la Cumbre de Cusco del mismo año.

Uno de los proyectos de la Agenda es el relativo a las exportaciones postales, cuya denominación es "Exportación por Envíos Postales para Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (MIPyMES)".

Los países de IIRSA buscan, por medio de este proyecto lograr dos fines muy concretos. *Por un lado*, implementar un sistema de exportación simplificado que amplíe las posibilidades de las empresas suramericanas, en especial aquellas MIPyMES, permitiendo el acceso al mercado global por medio de una armonización y simplificación de pasos imprescindibles para la exportación de bienes. *Por el otro*, el proyecto busca consolidar una plataforma logística en todo el subcontinente que se base en la red infraestructural de las empresas postales de operador público.

El proyecto fue presentado por Brasil sobre la base de su experiencia nacional desarrollada por la compañía de correos y telégrafos brasileña. Por medio del operador postal público, Brasil implementó un sistema simplificado de exportación denominado "Exporta Fácil" el cual permite a las empresas tramitar exportaciones por medio de una Declaración Simplificada de Exportación en las oficinas postales. El éxito del programa se basó en la descentralización de la aplicación del programa, ya que el correo oficial cuenta con una vasta red de agencias en todo el territorio brasileño.

LAS EXPERIENCIAS DE BRASIL Y PERÚ

BRASIL

En Brasil comienza el Programa "Exporta Fácil" a mediados del año 2000. El sistema simplificado comenzó con el límite máximo de US\$ 5.000 declarados y 30 kilos de peso permitido; luego, dada

la presión de la demanda, se llevó a US\$ 20.000, y hoy, se permite hasta US\$ 50.000. Según estimaciones publicadas, en los cinco años que van desde 2003 hasta 2008 se realizaron casi un millón de despachos al mercado mundial generando un valor en torno a los US\$ 820 millones (*Cuadro 1*). En la actualidad más de 2.000 empresas utilizan este proyecto.

Cuadro 1

BRASIL. EXPORTACIONES POR ENVÍO POSTAL, 2003-2008 En millones de US\$ y en cantidad de envíos

Año	Valor en millones de US\$	Envíos
2003	62,350	106.109
2004	100,705	166.371
2005	121,497	171.605
2006	154,222	166.160
2007	175,139	172.197
2008	204,867	179.168
Total	818,780	961.610

Fuente: Elaboración propia sobre la base de IIRSA (2010), página 3.

El proyecto es exitoso por múltiples motivos. *En primer lugar*, la razón más obvia es que facilita el acceso al mercado global a un gran conjunto de empresas. *En segundo lugar*, permite que las mismas diversifiquen los productos vendidos al extranjero. Y *en tercer lugar*, y quizás el más importante, genera un cambio cultural en empresas que habitualmente no exportan, presentándoles un nuevo desafío.

La diversificación de los bienes vendidos al exterior es uno de los objetivos perseguidos por el Programa *Exporta Fácil*. Si bien por medio del mismo, no se puede exportar cualquier tipo de bien (ya sea por su formato o por sus parámetros de valores y pesos), el programa favoreció la diversificación. En el *Cuadro 2*, observamos los productos exportados en 2008, expresados por importancia en millones de dólares estadounidenses.

En ese mismo año, las ventas externas por medio del programa *Exporta Fácil* alcanzaron 51 países diversos. El principal destino, Estados Unidos, gravitó con el 21% del total.

Cuadro 2**BRASIL. EXPORTACIONES POR ENVÍO
POSTAL, 2008**

En millones de US\$ y por tipos de producto

Productos	Valor en millones de US\$
Partes y accesorios para vehículos	12,457
Tornillos, roscas y otros artículos de hierro	5,866
Soportes para grabación de sonidos	4,900
Artículos de caucho vulcanizado	4,766
Interruptores, conectores eléctricos	4,134
Libros	3,894
Bisutería	3,666
Manivelas, engranajes	3,642
Válvulas, calderas	3,351
Otras obras de plástico o celuloide	3,392
<i>Total</i>	<i>49,973</i>

Fuente: Elaboración propia sobre la base de IIRSA (2010), página 4.

Cuadro 3**BRASIL. EXPORTACIONES POR ENVÍO
POSTAL, 2008**

En millones de US\$ y por destino

País	Valor en millones de US\$
Estados Unidos	43,352
Argentina	12,822
Venezuela	9,798
México	9,713
Chile	8,281
Alemania	6,940
Colombia	5,985
Japón	5,395
Perú	4,646
Francia	4,607
Resto	111,539
<i>Total</i>	<i>204,867</i>

Fuente: Elaboración propia sobre la base de IIRSA (2010), página 4.

El resto de los países tuvieron un porcentaje de participación que osciló entre el 6% al 0,2%, para el caso de Argentina y Noruega respectivamente.

PERÚ

El primer socio regional que se dispuso a aplicar el proyecto incluido en la AIC de IIRSA ha sido Perú. Con la idea de impulsar sus exportaciones y apuntalar el desempeño de las MIPyMES, el país andino y Brasil firmaron un instrumento de cooperación técnica para desarrollar el Proyecto en tierras peruanas.

Si bien en Perú existía un instrumento similar al de *Exporta Fácil*, por medio de la cooperación entre los países se consolidó una nueva experiencia basada en un sistema de exportación por medio de la empresa de servicios postales peruana (SERPOST) con un limitante máximo de 50 kilos y con la restricción de no vender más de US\$ 5.000 por cada envío. El sistema simplificado partió con una innovación clave: todo el procedimiento de despacho simplificado se realiza sobre una plataforma informática.

A fines de 2008, el Proyecto en Perú era utilizado por 450 empresas. Entre julio de 2007 y diciembre de 2008 se realizaron 4.600 exportaciones al mercado global. Según el organismo peruano aduanero,¹ los envíos durante 2009 se estabilizaron en un *ratio* de 300 a 400 despachos mensuales. Al igual que en el caso brasileño, los montos que se comercian por esta vía son poco significativos en relación al monto total de exportaciones. En parte, esto se debe a que aún el sistema está en sus primeros pasos y en parte a que el propio sistema tiene, por concepto, un alcance limitado en cuanto al valor comercial permitido.

Con relación a la descripción de los productos, en el *Cuadro 4* podemos observar los principales bienes vendidos al exterior clasificados por medio de los capítulos del nomenclador. El primero de ellos, son las *piedras preciosas o semipreciosas*. Según estadísticas oficiales más de 1.200 despachos se hicieron con estos bienes, cuyo valor medio ha sido de US\$ 250 aproximadamente. Es importante destacar que los cuatros primeros capítulos acumularon más de la mitad

¹ Superintendencia Nacional de Aduana de Perú (SUNAT).

de las ventas realizadas, teniendo un valor promedio más alto, aquellas referidas a las *prendas y accesorios de vestir de punto*, con un valor promedio de US\$ 600 por despacho.

Cuadro 4

PERÚ. EXPORTACIONES POR ENVÍO POSTAL Principales productos ordenados por denominación del capítulo arancelario

Capítulo	Denominación
71	Piedras preciosas o semipreciosas
61	Prendas y accesorios de vestir de punto
42	Manufacturas de cuero, talabartería
62	Prendas y accesorios de vestir, excepto de punto
95	Juguetes, juegos y artículos de recreo
21	Preparaciones alimenticias diversas
33	Aceites esenciales, perfumería
69	Productos cerámicos
97	Objetos de arte o colección y antigüedades
92	Instrumentos musicales
11	Productos de la molinería

Fuente: Elaboración propia sobre la base de IIRSA (2010), página 7.

Siempre sobre estadísticas oficiales, durante el primer semestre de 2008, las ventas peruanas por medio del Proyecto lograron alcanzar 68 destinos internacionales. El más relevante de ellos ha sido Estados Unidos el cual participó con el 37,4% del total. Luego, le ha seguido Australia con un poco más del 10% de los despachos.

A pesar de los destinos alcanzados, el 80% de las ventas totales por medio de *Exporta Fácil* se destinaron a 10 países, en tanto que los tres primeros de ellos concentraron casi el 50% del total (*Cuadro 5*).

Más allá de Brasil y Perú, los otros socios de IIRSA están ajustando e implementando el proyecto. Cada país va cumpliendo distintas "metas" -un calendario de acciones- con el asesoramiento de técnicos de la Iniciativa. En los últimos dos años, Uruguay y Colombia han lanzado su versión *Exporta Fácil*. Si bien los programas se basan en la normativa doméstica, tienen como común denominador un sistema simplificado en

soporte digital y físico, límites al monto y al tipo de carga más no a la cantidad de envíos y un pago único que costea todo el proceso (puede incluir o no seguro).

Cuadro 5

PERÚ. EXPORTACIONES POR ENVÍO POSTAL, PRIMER SEMESTRE DE 2008

En principales destinos y por cantidad de envíos

Orden	Países	Envíos
1	Estados Unidos	717
2	Australia	200
3	Reino Unido	179
4	España	89
5	Canadá	76
6	Francia	71
7	Japón	67
8	Alemania	51
9	Italia	34
10	Chile	30

Fuente: Elaboración propia sobre la base de IIRSA (2010), página 7.

ANÁLISIS DEL PROGRAMA DESDE EL ROL DE LA EXPORTACIÓN

El Proyecto de Exportación por Envíos Postales genera fuertes implicancias cualitativas. Si bien, aún es poco el tiempo transcurrido en las experiencias nacionales, queremos presentar una racionalidad sobre la relevancia de las exportaciones, independientemente del valor generado. Mostramos en este apartado tres ejes de análisis, tres niveles de debate. *En el primero* observamos a la exportación desde una óptica internacional, indagamos sobre las teorías que explican a nivel internacional la relevancia (o no) de las exportaciones. *En el segundo*, analizamos la dinámica regional, entendida como un sector, una porción de un país (o de varios países). Y *en el tercero*, analizamos y debatimos los enfoques que explican la relevancia de la exportación desde la óptica de empresa, de las decisiones que individualmente toma una empresa o grupo de ellas.

LA EXPORTACIÓN VISTA EN TRES NIVELES

Con relación al rol de las exportaciones en el primer nivel, la visión tradicional explica el patrón de especialización de las exportaciones (y de las importaciones) a través de las ventajas comparativas. Formados por la dotación de recursos naturales, el capital, el trabajo y las instituciones, los costos relativos explican el patrón de especialización. Contraria a esta visión, teorías alternativas han puesto la atención en lo que se produce. Han enfocado sus investigaciones en términos de economías de escala, derrames tecnológicos, externalidades, etc., determinando que lo que se produce y exporta tiene fuertes efectos sobre el patrón de desarrollo de un país.

Algunos autores, basándose en la noción de costo de descubrimiento como externalidad central, explican el grado de desarrollo y el patrón de especialización en función a lo que se produce y exporta (Rodrik y Hausmann, 2003, p. 8). Pensemos en ejemplos conocidos mundialmente (el salmón en la Región de los Lagos, en Chile o el *software* en Bangalore, en India). Situémonos en el momento inicial de la nueva actividad, en el nacimiento de la industria. ¿Qué dilema enfrenta una empresa que desea comenzar una nueva actividad? *En primer lugar*, no sabe, no “descubrió” si la estructura de costos es lo suficientemente baja para poder desarrollar la nueva actividad en términos rentables en el país (problema de información). *En segundo lugar*, es probable que el aprovechamiento de la nueva actividad necesite desarrollar simultáneamente inversiones en encadenamientos productivos (problema de coordinación). Con esta noción de costo de descubrimiento, el patrón de especialización no es determinado sólo por las dotaciones sino que también por la cantidad de emprendedores que son estimulados para vencer los costos de descubrimientos en los sectores modernos de la economía. Ahora bien, el punto central consiste en que no todos los procesos productivos son iguales, y que específicamente aquellos que generan bienes exportables, tienden a tener una mayor productividad, y que los países que se especializan en estos bienes, tienden a tener una mejor *performance* económica (Hausmann *et al.*, 2005, p. 18) La clara implicación es que la apropiación de los beneficios de la globalización dependerá de la capacidad de los países en posicionarse a lo largo del espectro productivo-exportable, ya que países que en principio pueden ser iguales (en términos de ingresos y dotaciones) pueden tener senderos de desarrollo muy diversos.

Si bien no contamos con información precisa sobre las experiencias nacionales en este punto, podemos destacar tres cosas.

Por un lado, el Proyecto de Exportaciones por Envíos Postales abarata el costo de “descubrimiento”, en especial los casos de las primeras experiencias y los primeros pasos. La simpleza y el bajo costo de los programas tipo *Exporta Fácil*, tienden a abaratar el costo de exportación de las empresas, tienden a facilitar la coordinación de las acciones comerciales y las necesidades de infraestructura y/o logística normalmente atomizadas. Procesos productivos concebidos para el mercado nacional o incluso para un mercado muy pequeño y próximo a la empresa en cuestión, pueden ser concebidas para exportar nuevos productos. Si bien en baja escala, esta “actividad nueva” lograda por la exportación, puede desencadenar una causalidad circular que fomente un patrón de desarrollo nuevo.

Por el otro lado, el Proyecto de Exportaciones por Envíos Postales al ser incorporado en la Agenda Consensuada genera la seguridad que, en principio, se va a implementar en todos los socios de Suramérica. Esto no sólo es relevante, ya que se copia una buena experiencia, sino que también garantiza un pie de igualdad a todos los productores suramericanos, independientemente de donde se encuentren. La generalización del uso de este sistema, garantiza que no se genere una ventaja logística para un país o grupo de países.

Por último, considerando el tipo y el destino de la exportación de las experiencias de Brasil y Perú, observamos que el Programa *Exporta Fácil* ha generado tendencias dispares. En el caso brasileño, el patrón de especialización se basa en productos industriales destinados tanto a economías desarrolladas como emergentes. En tanto, en el caso peruano, observamos la fuerte incidencia en productos *artesanales* destinados casi en su totalidad a países desarrollados.

Ahora bien, dentro de un país, la situación dista de ser homogénea. Hay regiones centrales y regiones periféricas. Pasemos al segundo nivel de análisis. El eje analítico que toma relevancia aquí es la presencia de las economías de aglomeración. Dichas economías se encuentran presentes en las áreas con mayor densidad económica, las cuales presentan ventajas de un gran mercado de consumidores, un extenso

mercado laboral, fuerte vínculos con el mercado internacional y una heterogénea combinación de oferentes e instituciones que generan “economías”, es decir, generan externalidades que reducen los costos de las empresas. Pero por otro lado, no todo es ganancia para una empresa que opta localizarse en una región económicamente densa, una región central. También se hacen presentes los denominados costos de congestión, que producen “des-economías” a través de mayores costos por falta de recursos físicos, altos valores de los inmuebles, problemas de criminalidad, contaminación, etc. Por lo tanto, el resultado de la aglomeración es ambiguo.

El debate sobre la exportación se inserta en esta lógica geográfica, que, como hemos enunciado, predice un resultado ambiguo. *Por un lado*, hay autores que esgrimen que la aglomeración tiene una influencia positiva en la exportación al reducir los costos hundidos de entrada en la actividad exportable, ya sea por la disminución de costos de producción al compartir recursos físicos y sociales o bien al reducir costos de transporte y transacción a través de la interacción aumentada entre oferentes y demandadas en un determinado lugar (Malmberg *et al.*, 2000, p. 306) *Por otro lado*, la congestión de la aglomeración puede incrementar los costos de la exportación ya que genera lo contrario, la escasez de recursos físicos y el aumento de los costos de transportes y de transacción por el incremento de los “tiempos de espera”.

Además, sobre este resultado ambiguo hay que agregar que la viabilidad de la exportación puede superar a la dicotomía aglomeración/congestión. Localizadas en regiones periféricas de un país, una empresa puede gozar de la fuerte dotación de un recurso clave y contar con una buena red de infraestructura, de esta manera la actividad económica en cuestión presenta óptimas condiciones para exportar. En otras palabras, para entender la exportación aquí, poco importa la disponibilidad de un mercado doméstico grande, la dotación de recursos humanos o las cantidad y calidad de instituciones. Sin embargo, son limitados los casos industriales que presenten esta ventaja -en especial para el caso de las MIPyMES-.

En este segundo nivel de análisis el Proyecto de Exportaciones por Envíos Postales presenta dos características centrales.

El Proyecto presenta una gran ventaja “geográfica”. Si pensamos directamente en los efectos de la economía

de aglomeración (en el sentido aglomeración/congestión), este proyecto tiene la virtud de horizontalizar el territorio, para usar una palabra muy de moda en literatura, lo hace *más plano*. El punto central radica en que el Proyecto es desarrollado en cada país por la empresa de correos del operador público que tiene gran presencia territorial, hasta en los más recónditos lugares del país, el servicio de correos es una de las pocas organizaciones que llega allí, que está presente. Este diseño no es casual, se busca evitar los efectos de aglomeración/congestión o por lo menos morigerarlos. Para poner un ejemplo, tanto en el caso brasileño como peruano, es posible que una empresa que comienza a exportar sus productos tenga menos en cuenta las condiciones de localización en tanto y en cuanto tenga una oficina de correo a su alcance.

Al hacer un recorte sobre las MIPyMES el proyecto no se enfoca en grandes empresas, que si bien legalmente en algunos países podrían aprovechar la plataforma simplificada, no son los beneficiarios directos del programa. Queramos destacar que el Proyecto no está pensado ni articulado para las grandes empresas, las que en principio pueden sobrellevar los efectos de aglomeración/congestión. Que los beneficiarios directos sean MIPyMES, las cuales tienen más presentes dichos efectos, reafirma la ventaja del programa en cuanto a su “horizontalidad territorial”.

El último nivel de análisis tiene que ver con la conceptualización en torno a la propia empresa. En este caso habrá condicionantes externos e internos en la empresa que determinarán la viabilidad de la exportación. *En el primer caso*, podemos analizar las características del mercado externo y de la industria en donde se encuentra inserta la empresa. *En el segundo caso*, focalizamos las variables en donde la empresa tiene pleno control, como es, por ejemplo, los procesos de gestión interna y los estándares de calidad. La literatura en este nivel de análisis explica como la interacción de los condicionantes externos e internos generan un “modelo de negocios exportador” (Hallak *et al.*, 2007, p. 10).

Con relación a este punto el Programa de Exportaciones por Envíos Postales presenta un atributo clave: la simplificación. No solo la cuestión de costos directos hace a la decisión de exportar (o no) por parte de una empresa, la principal barrera a la entrada en el negocio de la exportación para el caso de una MIPyMES, consiste en el arreglo organizacional que debe lograr para poder exportar. No sólo se remite a una

cuestión de nuevos clientes, sino también de cambios internos que permitan aprovechar las bondades de la globalización. La cantidad de empresas que ya está utilizando los programas *Exporta Fácil* en Brasil y en Perú avalan este punto.

COMENTARIOS FINALES

Es importante que realicemos una salvedad antes de enunciar unos comentarios finales. En primer lugar, los niveles de análisis presentados distan de ser independientes. Es probable que haya relación entre los mismos. Que las causas que a la postre explican una exportación exitosa necesiten llevar el análisis a cada uno de ellos. Retomando el ejemplo del salmón en Chile o la Informática en India, podemos poner el foco en los tres niveles. Por ejemplo, podemos pensar la exportación como un fenómeno a nivel país; a través de “descubrimiento”, podemos pensar no ya en la lógica nacional, sino regional, por lo cual más que en Chile, debemos pensar en la Décima Región chilena o en la urbe de Bangalore en el estado indiano de Karnataka. O bien, podemos focalizarnos en empresas u organizaciones puntuales que estén presentes en cada una de ellos, pensamos, por ejemplo, en la Asociación de Productores de Salmón y Trucha o de la agencia ProChile o de la empresa Infosys o Yahoo, en el caso indiano.

Sin embargo, creemos que los tres niveles de análisis son útiles para conceptualizar el Proyecto de Exportación por Envíos Postales por tres motivos.

En primer lugar, la incorporación del Proyecto en la AIC permite tener una perspectiva de su aplicación en todos los países de Suramérica. Nos garantiza que todas las empresas, especialmente las MIPyMES, podrán acceder a una plataforma de bajo costo. Si bien con un volumen comercializado bajo, el Proyecto apunta brindar una herramienta que permita exportar aún en situaciones en donde no existirían incentivos para hacerlo. En términos nacionales, la relevancia del Proyecto dictaminará si se ha podido comenzar con “descubrimientos” de nuevos productos, que finalmente podrán afectar el patrón de desarrollo nacional. La AIC garantiza la naturaleza de *bien público* del Proyecto.

En segundo lugar, el Proyecto permite *horizontalizar* la geografía; posibilita que las economías de aglomeración no sean tan determinantes para gestar una exportación. Se puede limitar (más no eliminar)

las ventajas que concita a los pequeños empresarios la ubicación. El grado de penetración del Servicio Postal determina el verdadero alcance de las oportunidades para expandir la base exportadora de un país.

Y en tercer lugar, el Proyecto puede generar un cambio cultural en la empresa. Ya sea porque puede aprovechar las condiciones del entorno y/o porque puede gestar un cambio organizacional dentro de su estructura con un costo mínimo; no hace falta plasmar un “área de comercio exterior” dentro de la empresa.

Tres niveles, tres enfoques; pero en especial, tres ejes de análisis que nos permiten alimentar futuras líneas de investigación a fin de comprender y racionalizar esta innovadora iniciativa de la Agenda Consensuada. ♦

BIBLIOGRAFÍA

HALLAK, J. C.; A. ARTOPOULOS Y D. FRIEL. 2007. *Challenges of Exporting Differentiated Products to Developed Countries: The Case of SME-dominated Sectors in a Semi-Industrialized Country*. (Preliminar). BID. Enero.

HAUSMANN, R.; J. HWANG, D. RODRIK. 2005. *What you Export Matters*. Working Paper Series rwp05-063. Harvard University. John F. Kennedy School of Government.

INICIATIVA PARA LA INTEGRACIÓN DE LA INFRAESTRUCTURA REGIONAL SURAMERICANA (IIRSA). 2010. *AIC 2005-2010. Agenda de Implementación Consensuada 2005-2010*. 31 Proyectos Estratégicos de Integración en América del Sur. Informe de Evaluación. IIRSA. Julio.

LUCIONI, L. 2009. *Exportaciones por la vía postal. Análisis de beneficios potenciales de la implementación de un sistema simplificado: El caso de Uruguay*. Documento Técnico elaborado en apoyo a las actividades de IIRSA. Buenos Aires. Octubre.

MALMBERG, A.; B. MALMBERG Y P. LUNDEQUIST. 2000. "Agglomeration and firm performance: economies of scale, localisation, and urbanisation among Swedish export firms", en: *Environment and Planning A*, 32(2): 305-321.

RODRIK, D. Y R. HAUSMANN. 2003. *Economic Development as Self-Discovery*. NBER Working Papers 8952. National Bureau of Economic Research, Inc.