

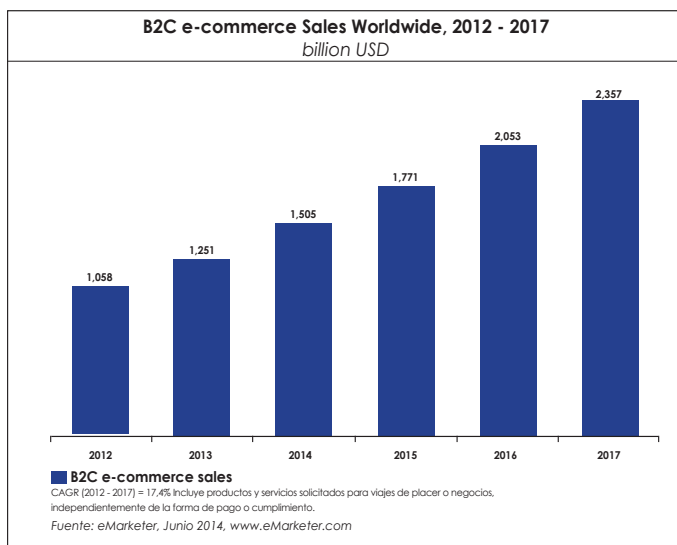
Comercio electrónico transfronterizo - Motor de crecimiento Propuestas para reducir las barreras en la cadena de suministro

Toma de posición de la *Global Express Association (GEA)*¹

Noviembre de 2014

Oportunidades

El comercio electrónico (*e-commerce*) — ampliamente definido como el uso de Internet como plataforma para ventas, compras e intercambio de información sobre el mercado — desempeñará un papel cada vez más importante en el apoyo al crecimiento económico mundial. Según el McKinsey Global Institute la participación del comercio electrónico dentro del comercio total de mercancías ha crecido de un 3.0% en 2005 a un 12,1% en 2012². Se espera que el mercado global de comercio electrónico llegue a 1,5 billones de dólares, un aumento del 20,2% desde 2013. La tasa de crecimiento promedio entre 2012 y 2017 se estima en un 17,4% y se espera que las ventas globales en 2017 superen los 2,3 billones de dólares. Los cambios económicos provocados por el comercio electrónico ya han tenido un gran impacto en la evolución del papel de las regiones en la economía global. Por ejemplo, se espera que los mercados de comercio electrónico en la región Asia-Pacífico superen por primera vez los de América del Norte en 2014³.



Los gobiernos de todo el mundo han reconocido al comercio electrónico como un motor del crecimiento económico futuro, y destacaron la necesidad de adoptar políticas que estimulen el crecimiento del comercio electrónico en sus economías, al tiempo que garantizan el cumplimiento de las leyes y reglamentos pertinentes. Las implicaciones políticas del comercio electrónico son complejas, sin duda, pero los políticos tienen una oportunidad única de aprovechar una forma diferente de hacer negocios y desarrollar políticas de regulación para hacer crecer el comercio electrónico de una manera sostenible para sus respectivas economías.

Para sacar el máximo provecho de los avances en información y en comunicación que proporciona internet, los productores y consumidores de bienes físicos deben tener acceso a redes de transporte eficientes y confiables. Internet es global, por lo que esas redes de transporte también deben ser globales. El movimiento de bienes físicos es la logística. Según el Banco Mundial, "la importancia del buen funcionamiento de la logística para el crecimiento económico, la diversificación y la reducción de la pobreza están hoy firmemente establecidos"⁴. El vínculo entre la disponibilidad de servicios logísticos eficientes y el crecimiento económico se ha demostrado en numerosos estudios económicos, y el auge del comercio electrónico fortalecerá ese enlace.

¹ La Global Express Association es la asociación de las empresas de transporte expreso globales: DHL Express, FedEx Express, TNT y UPS.

² Flujos globales en la era digital: Cómo el comercio, las finanzas, las personas y los datos conectan la economía mundial, McKinsey Global Institute, abril de 2014.

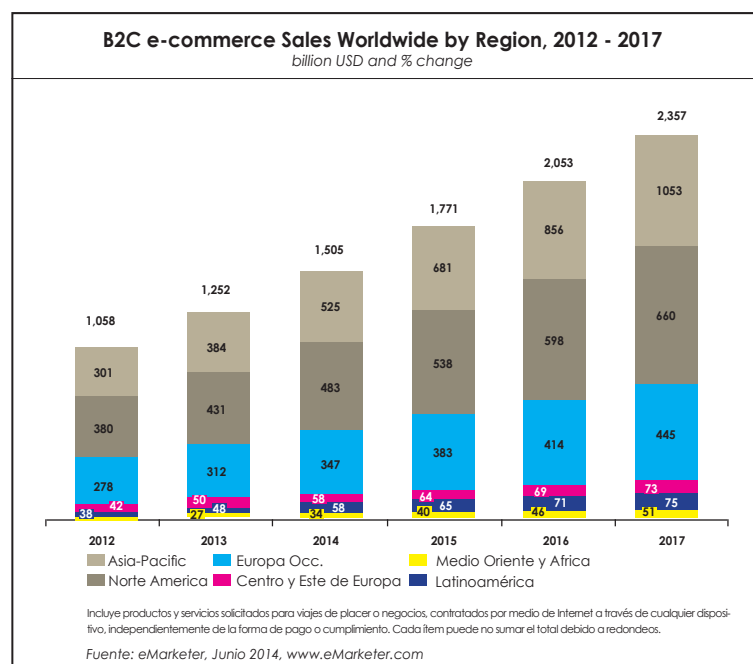
³ eMarketer, enero de 2014, www.emarketer.com

⁴ Banco Mundial "Conectando para Competir 2014: Logística del Comercio en la Economía Global"

Desafíos

El flujo físico de mercancías a través de las fronteras que resulta del comercio electrónico se enfrenta a los mismos retos que el flujo tradicional de bienes en términos de costo y de duración de los trámites fronterizos. Los principales problemas en la frontera son regulatorios - leyes, políticas, procesos y procedimientos que desaceleran la circulación de mercancías. El Informe de Facilitación del Comercio del Foro Económico Mundial de 2013 estima que la reducción de las barreras en la cadena de suministro podría aumentar el comercio electrónico transfronterizo de un 60% a un 80%. **La industria de envíos expresos recomienda encarecidamente a los gobiernos adoptar y aplicar acuerdos internacionales como el Acuerdo sobre Facilitación del Comercio de la OMC y el Convenio de Kyoto Revisado⁵ de la OMA.**

Las complicaciones en los procedimientos de despachos fronterizos son un problema para todo el comercio internacional, pero pueden ser un obstáculo aún mayor para las pequeñas y medianas empresas (PYMEs). Los altos costos que supone determinar los requisitos ligados a la importación y el papeleo excesivo que se debe completar dificultan el comercio electrónico. Los minoristas arriesgan su reputación y - en el caso de las PYME- a menudo su propia supervivencia debido al costo de las retenciones en aduana, los retrasos en las entregas, o los procedimientos de retorno ineficientes, tan comunes en muchas regiones. A un minorista en particular lo que más le preocupa es la calidad del cumplimiento de un pedido, la parte más importante de las relaciones con sus clientes.



Para que el comercio electrónico tenga éxito, al cliente le debe valer la pena el costo asociado con el cumplimiento de un pedido. La Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) ha estimado que las barreras aduaneras pueden agregar hasta un 24 por ciento de prima sobre el precio de venta de los bienes⁶. El esfuerzo por simplificar, estandarizar y armonizar los procedimientos aduaneros en todo el mundo facilitaría enormemente el comercio y tendría un impacto positivo directo en los costos.

Los gobiernos y las empresas multinacionales fueron en su momento los únicos actores que intervinieron en el comercio a través de las fronteras, pero las tecnologías digitales actuales permiten que hasta la empresa más pequeña o incluso un empresario individual pueda ser una "micro-multinacional" que vende y provee productos, servicios e ideas a través de las fronteras. Los modelos de negocio tradicionales están siendo desafiados por las actividades de micro-escala que van desde micro-trabajo a micro-pagos y micro-envíos⁷.

Este cambio a envíos más pequeños, en particular aquellos que existen entre empresas y consumidores (B2C), ha generado dificultades adicionales para la industria y los gobiernos. Según el McKinsey Global Institute, más del 90 por ciento de los vendedores comerciales de eBay exportan a otros países, en comparación con un promedio menor al 25 por ciento de las pequeñas empresas tradicionales. Las plataformas *on line*, o con acceso a internet permiten que las PYME más pequeñas e incluso los individuos puedan convertirse en micro-multinacionales.

⁵ Convención Internacional para la Simplificación y Armonización de los Regímenes Aduaneros (Convenio de Kyoto Revisado), aprobada por la Organización Mundial de Aduanas en junio de 1999.

⁶ Evdokia Moïse y Florian LeBris (2013), "Costos Comerciales: Qué hemos aprendido? Un Reporte Sintético", OECD Documento de Políticas Comerciales No.150.

⁷ Flujos globales en la era digital: Cómo el comercio, las finanzas, las personas y los datos conectan la economía mundial, McKinsey Global Institute, abril de 2014



Por lo tanto, los países que deseen estimular el crecimiento dentro de sus PYME deberían ver el comercio electrónico mundial como una oportunidad extraordinaria. Tanto las PYME mayoristas, como los minoristas y los fabricantes pueden beneficiarse del comercio electrónico.

Los gobiernos tienen un interés legítimo en el control de sus fronteras para evitar el fraude, la pérdida de ingresos, las violaciones de propiedad intelectual y otros comercios ilícitos. El comercio electrónico puede presentar nuevos retos y preocupaciones a las agencias aduaneras, pero las transacciones de comercio electrónico no son más riesgosas que otras transacciones internacionales. Simplemente implican a nuevos participantes en la economía global. También es importante tener en cuenta que los volúmenes de comercio electrónico internacional, si bien están creciendo, son todavía una pequeña fracción del comercio global. Establecer barreras contra los envíos de comercio electrónico, como están haciendo muchos países, sólo impedirá el crecimiento de los negocios legítimos de comercio electrónico, mientras que tendría muy poco impacto en los envíos ilícitos.

En su lugar, los gobiernos deberían usar técnicas de detección y de selección basadas en la disponibilidad de información y calibradas por niveles de riesgo, así como buscar la cooperación con comerciantes legítimos para identificar apropiadamente los envíos de alto riesgo. Ahora es el momento de establecer la cooperación entre los exportadores, los transportistas y las agencias fronterizas para evaluar los riesgos y las oportunidades que presenta el comercio electrónico, y para diseñar políticas inteligentes y eficaces que aseguren y faciliten el crecimiento de esta actividad económica increíblemente importante.

Contribución del sector

Las cuatro empresas de transporte express representadas por la Global Express Association (GEA) se han comprometido a cooperar con las aduanas para hacer frente a las infracciones relacionadas con el comercio electrónico. Estamos ayudando a la Aduana de la siguiente manera:

- **Información avanzada de envíos electrónicos:** las empresas de transporte express transmiten información electrónica antes de la llegada de los cargamentos de modo que la Aduana pueda realizar una evaluación de riesgos y seleccionar envíos concretos para un examen más detenido.
- **Evaluación de riesgos:** las empresas de transporte express comprueban la información proporcionada por los remitentes, valorando su veracidad, por ejemplo contrastándola con las listas de descripciones inaceptables de bienes que publican las aduanas, y sobre esa base evalúan el riesgo que presenta el envío.
- **Los sistemas de seguimiento y localización** permiten que los paquetes identificados por la Aduana como sospechosos puedan ser retirados de los flujos de tráfico y ser proporcionados a los funcionarios de aduanas para un examen más detenido.
- **Instalaciones:** En sus propios centros logísticos, las compañías de transporte express ponen a disposición de los funcionarios de aduanas instalaciones y equipos para que puedan identificar y examinar de manera eficiente los envíos sospechosos.
- **Información sobre remitentes y destinatarios:** Las compañías de transporte express proporcionan a las agencias de aduanas información relevante que pueda ser legalmente divulgada acerca de los remitentes y destinatarios de envíos que puedan contener productos ilícitos.
- **Cierre de las cuentas** de los clientes identificados públicamente por la aduana como reincidentes.

Sin embargo, hay límites a lo que las empresas de transporte express pueden hacer. Por ejemplo:

- Las empresas de transporte express no son la fuente de la información sobre un envío. Hay límites claros a la cantidad de información que se puede obtener de los clientes.
- Las empresas de transporte express no son una autoridad pública. Están sujetas a la ley nacional de protección de datos y a las normas de confidencialidad comercial. Las aduanas son



la autoridad competente para hacer cumplir las leyes, realizar las evaluaciones de riesgo e incautar los artículos ilegales.

Recomendaciones para las agencias fronterizas / Gobiernos

Mientras existan desafíos reglamentarios en lo que al comercio electrónico minorista se refiere, incluyendo temas tan importantes como su régimen fiscal (impuestos) y la protección de los consumidores, los reguladores deberían de cooperar con los proveedores responsables en la reducción de las barreras al comercio electrónico minorista.

La competencia leal entre proveedores públicos y privados de servicios de entrega reducirá los costos de transporte, aumentará la calidad del servicio y promoverá el crecimiento del comercio electrónico. Dejar que los consumidores decidan dónde ir de compras no sólo mejoraría su calidad de vida, sino que también reduciría los costos y conduciría a una economía mas eficiente.

Estas son nuestras recomendaciones sobre cómo pueden ser abordadas las barreras en las cadenas de suministro del comercio electrónico:

1. Implementar las Directrices de entrega inmediata de la OMA (Organización Mundial de Aduanas), incluyendo la puesta en practica de exenciones 'de minimis' tanto de impuestos como de derechos de aduana. Dichas exenciones deben fijarse en niveles comercialmente relevantes;
2. Enfrentarse a los problemas fiscales y de seguridad mediante la gestión de riesgos y buscar la cooperación con las compañías de transporte express para mejorar la detección de envíos que puedan presentar problemas.
3. Proporcionar un trato justo y equitativo en la frontera a los proveedores públicos y privados de servicios de entrega;
4. Habilitar el despacho y el pago electrónicos, preferentemente a través de una ventanilla única;
5. Simplificar el registro de exportador/importador y las exigencias de representación por poderes;
6. Simplificar los procedimientos para las devoluciones de mercancía;
7. Procesar las mercancías antes de su llegada y separar el despacho de aduana y la suelta de la mercancía;
8. Simplificar las reglas de origen, incluyendo la auto-certificación del país de origen;
9. Adoptar compromisos de tiempos de entrega definidos;
10. Despachar en la frontera las 24 horas, los siete días de la semana, siempre que sea posible y lo requieran los comerciantes.