



E-COMMERCE: HERRAMIENTA DE FACILITACIÓN DEL COMERCIO INTERNACIONAL



El rápido desarrollo de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) ha impulsado nuevas estrategias para los negocios brindando oportunidades para agilizar las transacciones, lo que se traduce en la reducción de los costos para las empresas y una mayor eficiencia en el flujo comercial.

En los últimos años a nivel mundial, las transacciones de compra y venta de bienes y servicios por la vía electrónica han tomado mayor auge al posicionarse como una forma más rápida, efectiva y segura de hacer negocios, por tanto es el término “e-commerce”, “e-business” y “comercio electrónico”, popularizado por el International Business Machines (IBM) en 1997, el que está siendo retomado para entender el proceso de una transacción utilizando las tecnologías de Internet.

Por tanto, el tema de comercio electrónico resulta de vital importancia, puesto que la tendencia indica que cada vez, un mayor número de agentes participan en él como una herramienta de facilitación entre países, y contribuye a un mayor aprovechamiento de los Acuerdos Comerciales.

En atención a lo anterior es oportuno conocer los avances y logros que se han obtenido en materia de comercio electrónico y la legislación a nivel nacional e internacional que dan soporte y ayudan a comprender y aprovechar dichas transacciones comerciales.

ANTECEDENTES

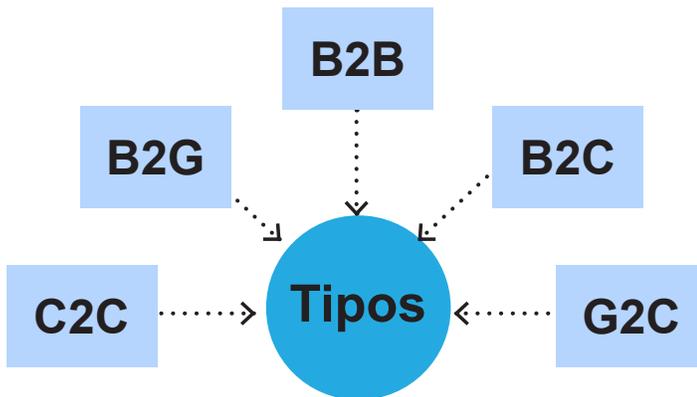
La Organización Mundial del Comercio (OMC) trabaja en este tema desde 1998, y fue adoptado en la Segunda Conferencia Ministerial celebrada por la OMC, donde fue reconocida la expansión del comercio electrónico mundial, como creador de nuevas oportunidades para el comercio, adoptando la “Declaración sobre el Comercio Electrónico Mundial”. En ella se pedía el establecimiento de un programa de trabajo sobre el comercio electrónico. El Consejo General realiza exámenes periódicos del programa sobre la base de los informes de los órganos de la OMC encargados de su aplicación.

Asimismo, los Ministros examinan con regularidad el programa en mención durante las Conferencias Ministeriales de la OMC, dado el reconocimiento que se le ha dado a nivel internacional.

Por otro lado el Centro de las Naciones Unidas para la Facilitación del Comercio y el Comercio Electrónico UN/CEFACT, que administra las actividades dedicadas a mejorar las capacidades de los países y las empresas para el intercambio de productos y servicios de manera eficiente, reconoce que el comercio electrónico es una herramienta que permite que la información se mueva más rápidamente que los productos, convirtiéndose así, en un proceso clave para generar mayor seguridad y eficiencia (administración de costos y tiempos de entrega) en la cadena de proveedores.

¿Qué es el comercio electrónico?

La OMC, lo define como: “La producción, distribución, comercialización, venta o entrega de bienes y servicios por medios electrónicos”. Las transacciones de comercio electrónico pueden realizarse ya sea entre empresas, unidades familiares, particulares, gobiernos y otras organizaciones públicas o privadas. Tal como se representa en la siguiente ilustración:



B2B: es cualquier transacción entre proveedores, distribuidores, detallistas, donde están transaccionando sus productos

B2C: Se refiere a las transacciones electrónicas que se realizan entre la empresa y el consumidor.

G2C: es la interacción que las personas tienen con sus respectivos gobiernos en los diferentes mensajes o solicitudes que requieren cuando están en contacto con el gobierno.

C2C: Se refiere a las transacciones electrónicas entre consumidor y consumidor

B2G: la relación comercial que se establece entre el gobierno y la empresa

Dichas transacciones electrónicas abarcan los pedidos realizados a través de la Web, Extranet o el intercambio electrónico de datos. El método utilizado para colocar el pedido define el tipo de transacción que se realiza. Normalmente no se incluyen los pedidos por teléfono, por fax o mediante correo electrónico.

Importancia del Comercio Electrónico

Los gobiernos de todo el mundo han reconocido al comercio electrónico como un motor del crecimiento económico futuro por las siguientes razones:

1. Mejora la competitividad y la eficiencia de las organizaciones públicas y privadas a través del abaratamiento del proceso de negociación entre clientes-usuarios y socios-proveedores.
2. El comercio electrónico es una herramienta para diversificar y penetrar en más mercados a nivel nacional e internacional.
3. Impulsa la facilitación de comercio a través de la reducción de costos transaccionales.
4. Fomenta la participación más activa de la pequeña y la mediana empresa en el comercio internacional.
5. Es una herramienta que ofrece nuevas oportunidades de desarrollo.

Las innovaciones de la economía digital abaratan los costos del comercio. Ello, a su vez, puede permitir a vendedores y compradores en zonas remotas, penetrar en los mercados, potenciando así un crecimiento económico inclusivo, por lo que se vuelve necesario se adopten políticas que estimulen el crecimiento electrónico y que reduzcan la brecha digital entre sectores de la sociedad, al mismo tiempo deben garantizar el cumplimiento de leyes y reglamentos que den respaldo legal a las transacciones, por otro lado las organizaciones deben revisar continuamente sus estrategias para poder aprovechar el potencial ofrecido por las Tecnología de Información y Comunicación (TIC).



El Salvador y el comercio electrónico

El aprovechamiento de las ventajas del comercio electrónico tendrá influencia significativa en el crecimiento económico de El Salvador en la medida que la brecha digital existente se reduzca (entendida como la diferencia en el acceso a computadoras e Internet).

Para el año 2015, según la Superintendencia General de Electricidad y Telecomunicaciones (SIGET) el crecimiento promedio de los suscriptores a internet fue de 11.4% anual, a este crecimiento se suman los más de 5,000 abonados que tienen acceso a comunicación de datos en sus móviles, los cuales han experimentado un crecimiento del 60% en el 2015 con relación al año 2014.

N° de suscriptores a Internet



Fuente: Elaboración propia con datos de SIGET.

Sin embargo el país está descubriendo el comercio electrónico a través de las transacciones de consumo masivo, como medicamentos, vestuario, productos electrónicos, así como programas informáticos, servicios de marketing y aplicaciones. Dicho comercio lo realiza de forma informal, ya que se puede vender por internet una cantidad de productos, por lo que el marco normativo es de vital importancia para impulsar el comercio en el país.

Con respaldo al marco normativo se puede establecer en primer lugar que El Salvador a través de la aplicación del Acuerdo de Facilitación de Comercio (AFC), dictado por la OMC (del que El Salvador es miembro desde 1995), dará

cobertura a una serie de disposiciones que van a brindar soporte a las transacciones de comercio electrónico.

El Acuerdo hace referencia principalmente a disposiciones relacionadas con la disponibilidad de la información a través de internet como una medida para facilitar a importadores y exportadores la búsqueda de los requisitos y documentación necesaria, esta medida será más efectiva en la medida que se trabaje en adoptar medidas de cobertura a servicios de internet.

Por otro lado el en el Art.7 del Acuerdo, favorece el levante y despacho de la mercadería a través de la utilización de medios electrónicos, así como la aceptación de copias y procesos de intercambio electrónico, de datos siendo una medida de gran impacto para el desarrollo del comercio electrónico en el Salvador.

Art.1.2
Disponibilidad de la información en internet

Art. 7
Levante y despacho de mercancía

Art.10
Aceptación de Formalidades y requisitos de forma electrónica

El Salvador ya cuenta con Capítulos sobre comercio Electrónico, en algunos de los acuerdos más importantes, como el de Asociación con la Unión Europea (Ada-UECA) y el Tratado de Libre Comercio entre República Dominicana Centroamérica y Estados Unidos (TLC-CAFTA) en el recientemente concluido Acuerdo Comercial con Corea del Sur, dichos capítulos nos brindan un panorama más enfocado para impulsar las oportunidades comerciales con los países referentes al comercio de mercancías.

Comercio Electrónico y Tratados de Libre Comercio vigentes	
ADA-UECA	CAP. 6. Art. 201-202 <i>“Reconociendo que el comercio electrónico incrementa las oportunidades comerciales en muchos sectores, acuerdan promover el desarrollo del comercio electrónico entre ellas, en particular cooperando en los temas relacionados con el comercio electrónico”</i>
TLC -CAFTA	CAP.14 Art. 14.1-14.6 <i>“Reconocen el crecimiento económico y la oportunidad que el comercio electrónico genera, la importancia de evitar los obstáculos para su utilización y desarrollo, y la aplicabilidad de las reglas de la OMC a medidas que afectan el comercio electrónico.</i>

Fuente: Elaboración propia

Respaldo normativo Comercio Electrónico en El Salvador

Entre los principales avances en materia de comercio electrónico en El Salvador está el desarrollo del marco normativo que se consideran como impulsores de comercio electrónico transfiriendo mayor respaldo jurídico a las transacciones. Al respecto podemos mencionar:

a) Ley de Protección al Consumidor

El comercio electrónico supone grandes desafíos para las instituciones responsables de salvaguardar los derechos de los consumidores. Por tanto la ley de Protección al consumidor actualmente solo se encarga de salvaguardar

transacciones B2C es decir entre empresas y consumidores por lo que será necesario realizar una reforma para dar cobertura a los otros tipos de comercio electrónico, en dicha reforma deberá prevalecer la transparencia en la información de los agentes involucrados.

b) Ley de firma electrónica

Fue aprobada en octubre de 2015 y entró en vigencia en abril de 2016, la relación de dicha ley con el comercio electrónico responde a que proporciona seguridad jurídica a las transacciones que se realizan es decir permite identificar de manera legal, a través de un instrumento electrónico certificado, que quienes están en medio de esa transacción realmente son quienes dicen ser.

Además de brindar un respaldo impulsa la facilitación de transacciones electrónicas sustituyendo transacciones presenciales por validaciones automáticas a través de los diferentes portales o plataformas. Sin embargo, para lograr ese objetivo, no basta con que se haya aprobado la Ley de Firma Electrónica; es importante que los particulares se motiven a utilizar la firma electrónica en sus transacciones e interacciones electrónicas.

c) Ley del CIEX El Salvador

A través del Centro de Trámites de Importaciones y Exportaciones (CIEX El Salvador), conocido como la Ventanilla Única de Comercio Exterior, se estable que todas las transacciones de comercio exterior relacionadas al proceso de importación y exportación de mercancías que efectúe el CIEX El Salvador, deberán transmitirse a la Dirección General de Aduanas a través del intercambio electrónico de datos, estableciendo que toda la documentación relacionada con dichos procesos tendrán validez de forma electrónica sobre la forma física, además de utilizar firma digital o firma electrónica en los intercambios electrónicos que se efectúen en el marco del proceso de importación y exportación realizado a través del CIEX El Salvador.



d) Anteproyecto de Ley de Comercio electrónico.

Dicho proyecto representa una normativa novedosa a nivel nacional y busca dotar de respaldo jurídico a las transacciones electrónicas con fines comerciales. Una de las propuestas que contiene el anteproyecto es que en las transacciones electrónicas quede registrada la hora a la que el consumidor realizó la compra y la hora en que el comercio recibió el pedido. Ambos además quedarán obligados a establecer sus identidades con datos como su dirección física, buzón de correo electrónico activo y nombre completo



Retos para El Salvador en materia de comercio electrónico.

El verdadero reto para El Salvador continua siendo dar el gran paso hacia la transformación digital, dicha transformación se concibe principalmente desde cuatro puntos:

1. Es necesario e indispensable para El Salvador el fortalecimiento del marco legal e institucional relacionadas con el comercio electrónico, como es el caso de la Ley de Comercio electrónico y en conjunto deben crearse legislaciones complementarias que fortalezcan al sector comunicaciones y a los servicios financieros que son sectores profundamente relacionados con la actividad comercial electrónica.

2. Las instituciones involucradas en el comercio deben implementar una nueva estrategia de gestión para adecuar cada uno de sus procesos a la nueva era tecnológica.
3. Es necesario que el país aproveche las oportunidades que le brindan los tratados de libre comercio suscritos para gestionar asistencia técnica en temas de comercio electrónico.
4. Se deben realizar esfuerzos coordinados entre sector público y privado para fomentar el uso de las tecnologías de la información para las transacciones de comercio exterior, en vistas del fortalecimiento del comercio electrónico.

Entre los esfuerzos que deben establecerse es muy importante la capacitación de recurso humano disponible en las diferentes instituciones ya que ellos son los ejecutores de procesos en las empresas y el gobierno.

Bibliografía:

- Tratado de Libre Comercio entre República Dominicana Centroamérica y Estados Unidos (TLC-CAFTA). 2007.
- Diario Oficial de la Unión Europea, (2012/734/UE), Asociación entre la Unión Europea y sus Estados miembros, por un lado, y Centroamérica, por otro. 2014
- Global Express Association (2014) "Comercio electrónico transfronterizo - Motor de crecimiento: Propuestas para reducir las barreras en la cadena de suministro. Noviembre 2014.
- MINEC (2016) "Firma Electrónica - Certificado Digital".
- MINEC (2017) "Seminario sobre comercio electrónico y aprovechamiento de Tratados Comerciales" Dirección de Política Comercial. (POLICOM).
- OMC (2017), "La Ayuda para el Comercio en síntesis: Fomentar el comercio, la inclusión y la conectividad en favor del desarrollo sostenible. OMC, Ginebra/OECD Publishing, París.
- Superintendencia General de Electricidad y Telecomunicaciones (2017).
- Torres Raul (2017) "La facilitación del comercio y el comercio electrónico" División de Desarrollo. OMC.

CONTÁCTENOS:

CENTRO DE TRAMITES IMPORTACIONES Y EXPORTACIONES (CIEX EL SALVADOR)
Alameda Juan Pablo II, entre 15 y 17 Av. Norte, San Salvador
Teléfonos 2281-8085 y 8090, FAX 2281-8086

Sección Exportaciones
ciexexportaciones@bcr.gob.sv

Sección Importaciones
cieximportaciones@bcr.gob.sv