Proyecto: DESARROLLO DEL COMERCIO ELECTRÓNICO, REGIÓN APEC

Resumen Ejecutivo

RESUMEN EJECUTIVO (CONCLUSIONES)

El comercio electrónico en la región APEC ha tomado gran importancia como una alternativa en la reducción de costos y el desarrollo empresarial, así como para fomentar el comercio transfronterizo.

De ahí la relevancia del proyecto: **"DESARROLLO DEL COMERCIO ELECTRÓNICO, REGIÓN APEC",** promovido por la Secretaría de Economía a través del Prosoft 3.0 con el apoyo del Banco Mundial, el cual consiste en "promover las iniciativas y mejores prácticas sobre Comercio Electrónico de la región Asia-Pacífico en el marco del *E-commerce Steering Group* de APEC".

Como antecedente, es importante señalar que dentro de las distintas instancias internas de la APEC y particularmente dentro del sector de comercio e inversiones de APEC (Committee on Trade and Investment) se encuentra el mencionado *Electronic Commerce Steering Group*, que en español puede ser llamado: Grupo Especializado de Comercio Electrónico; Grupo de *Guianza* sobre Comercio Electrónico; Grupo de Dirección de Comercio Electrónico; o Grupo Directivo de la APEC de Comercio Electrónico (**ECSG**).

Se trata de un equipo internacional de trabajo que tiene como meta promover el desarrollo y uso de *comercio sin*

papel en los procesos comerciales, los cuales implican transacciones que se realizan de empresa a empresa y de empresa a gobierno.

El ECSG crea entornos jurídicos, normativos y de políticas en la región mediante la identificación de posibles normas y la formulación de recomendaciones, así como educar a través de seminarios, sesiones de capacitación sobre diversos temas y la realización de otros proyectos dirigidos a las comunidades de negocios, en particular las PYMES en los países en desarrollo.

A su vez, el ECSG cuenta con subgrupos en materia de privacidad (**Data Privacy Subgroup /DPS)** y de comercio sin papel **(Paperless Trading Subgroup /PTS)**. Del trabajo en sendas orientaciones han surgido recientemente instrumentos importantes como el APEC Cross-border Privacy Enforcement Arrangement (CPEA); el Data Privacy Individual Action Plan (IAP), al que se adhirió México en el 2012 y; el Paperless Trading Individual Action Plan.

En particular, este Proyecto ha buscado identificar y analizar mejores prácticas internacionales de la región Asia-Pacífico del referido E-commerce Steering Group de APEC vinculadas al desarrollo del comercio electrónico, tales como medios de pago, logística, protección de datos personales, marketing digital y seguridad en informática.

Del mismo modo este estudio se ha centrado en identificar y consultar a los expertos internacionales vinculados a las prácticas desarrolladas en la región APEC a fin de conocer los beneficios y características de dichas prácticas; así como en desarrollar recomendaciones que sirvan como referencia para la implementación de acciones de política pública para el desarrollo del comercio electrónico en México.

En particular se desea reconocer la valiosa disposición de las siguientes personalidades internacionales y nacionales:

1. Christine Runnegar, Directora General de Políticas Públicas de la Internet Society (ISOC).
2. Jian Wang, Director of Cross-border E-commerce Research Center. University of International Business Economics (UIBE).
3. Chuan Wang, Senior Vice President of Beijing CSS-CA Software Technology Corporation, Ltd.
4. Adriano da Rocha, Senior Business Development of DHgate.
5. Sung Heun, Director de Global Business and Cooperation, KTNET.
6. Sergio Bolaños, Director de Operaciones de Pademobile; y Lucía Cangas, Directora de Marketing en Pademobile.

7. Enrique Nogales, Director de Operaciones de Privalia México.

Sus comentarios obran en el segundo reporte de este proyecto y sus declaraciones íntegras en archivos de audio.

El proyecto fue concebido para realizarse en tres etapas y luego de reportarse los hallazgos en los dos primeros reportes de información que pudiera servir de referencia a México en la construcción de políticas públicas sobre comercio electrónico, la última fase consistió en el desarrollo de recomendaciones concretas.

Unas recomendaciones se basan en el análisis comparado de mejores prácticas de algunas economías adheridas a la APEC (*Asia-Pacific Economic Cooperation* por sus siglas en inglés o *Foro de Cooperación Económica Asia-Pacífico*); y otras recomendaciones derivan de las entrevistas que se hicieron a expertos internacionales.

Como conclusión general se tiene que a pesar de los esfuerzos realizados por la región para impulsar el desarrollo del comercio electrónico, todavía no se logra generar una cultura masiva en la sociedad para el uso de todos los medios electrónicos, sobre todo por el tema de seguridad de datos personales.

Las personas todavía dudan al momento de realizar pagos electrónicos u operaciones en línea, así como en el resguardo de sus datos personales. Los usuarios temen por la posibilidad de que sus datos sean interceptados, suplantados o hagan mal uso de la información.

A pesar de los esfuerzos realizados en la región, todavía no se ha logrado una armonización total entre las economías en temas inherentes al comercio electrónico. En efecto, algunas economías todavía no adoptan los temas expuestos en este estudio como: medios de pago, logística, protección de datos personales, marketing digital, seguridad informática y seguridad de la información, regulación, e/BL (*electronic bill of lading*), e-C/O (*electronic certificate of origin*) y políticas de *paperless trading*, como la implementación de ventanillas únicas de comercio exterior.

Después de haber realizado un análisis sobre las mejores prácticas y la opinión de los expertos, se encontró que uno de los principales retos identificados en la región son los de naturaleza jurídica.

Dicho ámbito, es decir, el relativo al derecho del comercio electrónico es uno de los que reciben el principal interés por parte de las economías de APEC, pues reconocen que sin una adecuada ingeniería normativa no se podrá encauzar esta actividad. Las lagunas jurídicas o los excesos

regulatorios (sub y sobrerregulación) son inhibidores del sector.

Con un gran esfuerzo para contar con calidad regulatoria, países como China, Singapur y Malasia han tenido grandes logros con la incorporación del comercio electrónico a sus legislaciones locales.

Dos de los principales retos que enfrenta la región en la implementación de reglas de privacidad transfronteriza se presentan de manera preliminar los cuales son: la concientización y la participación tanto de la gente como de cada uno de los gobiernos de las economías de región.

El sistema del marco de privacidad transfronterizo es voluntario y está diseñado con la finalidad de respetar la privacidad de las economías de APEC y de facilitar flujos de información entre ellas. El reto en la implementación del marco de privacidad transfronteriza de cada economía en sus legislaciones nacionales, con posterioridad de haber firmado el acuerdo de privacidad entre las veintiuna economías. Otro de los retos está en lograr la participación de los usuarios, el gobierno y las grandes industrias con la finalidad de lograr una implicación de las economías en la región.

El gobierno debe involucrar al sector privado en temas de comercio electrónico, ya que a través de las asociaciones

público-privadas se alcanza una integración absoluta para ejecutar prácticas en el comercio sin papel como lo son las ventanillas únicas.

El comercio electrónico además de buscar un mejor ambiente de desarrollo mediante la modificación de leyes y reglamentos también requiere de la inversión por parte del sector privado, es por ello que el comercio electrónico debe de entenderse como una cuestión pública-privada.

Para fomentar el desarrollo del comercio electrónico además de leyes y reglamentos que debe de expedir el gobierno, las políticas públicas también juegan un papel muy importante para impulsar al comercio sin papel.

El comercio sin papel se entiende como el intercambio de documentos electrónicos por vía electrónica, asimismo este intercambio proviene de "negocios comerciales en línea" que deben contar con una base jurídica que regule este intercambio comercial.

El comercio sin papel es una buena oportunidad para que las empresas hagan negocio sin la necesidad de contar con documentos impresos como: facturas, certificados aduanales, letras de cambio, correos electrónicos y demás documentos necesarios para llevar adelante la transacción.

Dentro de las recomendaciones para el desarrollo del comercio electrónico en México, Chuan Wang, vice-presidente de CSS-CA mencionó las siguientes: 1) Una reforma legal que incluya la legitimación de la firma electrónica y los sistemas de seguridad de información basados en PKI (infraestructura de clave única); 2) Mejorar el sistema fiscal, para que los impuestos puedan impulsar al comercio electrónico como un nuevo modelo de negocios; 3) Una distribución uniforme de recursos de red a nivel nacional y la mejora sustentable de la conectividad a Internet; 4) Establecer Capital Virtual (VC) para el apoyo a la innovación de negocios de las PYMES, en particular para el desarrollo de servicios y de negocios; y 5) Mejorar e innovar de forma sustentable el ambiente de negocios en el comercio electrónico, como el sistema de banca en línea, el sistema de pagos en línea, y la plataforma del sistema de rastreo de logística a nivel nacional.

Las PYMES por medio del comercio electrónico pueden fomentar la innovación, mejorar los niveles de empleo, así como crear actividades más competitivas como en la producción y las áreas de servicio, asimismo el comercio sin papel representa una gran oportunidad para enriquecer la productividad, la eficacia y la competitividad en todos los niveles de desarrollo.

Una de las maneras de promover el desarrollo y el fortalecimiento de las PYMES es mediante la creación de condiciones que les permitan formar parte del intercambio de bienes y servicios a nivel internacional. Las PYMES deben de estar preparadas para la aceptación de los nuevos niveles tecnológicos, en el contexto actual de una nueva economía mundial globalizada y automatizada, para estar preparados los gobiernos y las empresas deben de adoptar nuevos instrumentos y reglamentaciones.

El comercio electrónico representa una oportunidad relevante para las PYMES. Los negocios pequeños o regionales pueden incrementar sus ventas por medio del comercio transfronterizo, el Internet y las operaciones en línea le proporcionan a las PYMES grandes volúmenes de ganancia aún cuando en el país en donde vendió su producto no tenga tienda o distribución física habitual.

No todas las PYMES confían o están familiarizadas con el comercio electrónico, existen muchos factores por los cuales las pequeñas y medianas empresas no han incursionado en este tipo de comercio: 1) Las empresas no pueden controlar el mercado o las ventas en líneas; 2) Las empresas deben de contar con un *site* que proporcione toda la información sobre los productos, así como tener una imagen, color y distribución adecuada según el régimen de la empresa; 3)

Fijar precios y contar con las formas de pago electrónicos; y 4) Fijar una buena logística para la entrega del producto.

Las PYMES deben de realizar y participar en foros, talleres y seminarios con la finalidad de ampliar conocimientos y compartir experiencias. El comercio electrónico es un medio en constante cambio, así que este tipo de intercambios favorecen la construcción y expansión de las empresas. Asimismo los gobiernos y las PYMES deben de alcanzar un correcto nivel de entendimiento para impulsar el desarrollo del comercio electrónico.

Independientemente de que este proyecto se centró en las recomendaciones de la APEC, resultan oportunos los consejos de la CEPAL en cuanto a los principios o medidas que deben adoptar los gobiernos en la implementación de programas de facilitación y en la negociación de compromisos: 1) Transparencia; 2) Simplificación; 3) No-discriminación; 4) Debido proceso; 5) Cooperación; 6) Coherencia y previsibilidad; 7) Comunicación y consultas; 8) Protección y cumplimiento; y 9) Normalización.

Los gobiernos deben aprovechar las oportunidades ofrecidas por las nuevas tecnologías, por lo que el caso concreto del comercio sin papel, en el reporte 3 de este

estudio se proponen políticas públicas por cada uno de los temas que comprende.