

**VII REUNIÓN ANUAL DEL GRUPO DE TRABAJO SOBRE COMERCIO
Y COMPETENCIA DE AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE**

Comercio Digital

Desafíos para el Desarrollo

Luiz Maurício Navarro

Secretaría de Comercio y Servicios - SCS

Ministerio de Industria, Comercio Exterior y Servicios de Brasil

San Salvador - Octubre 2017

Agenda:

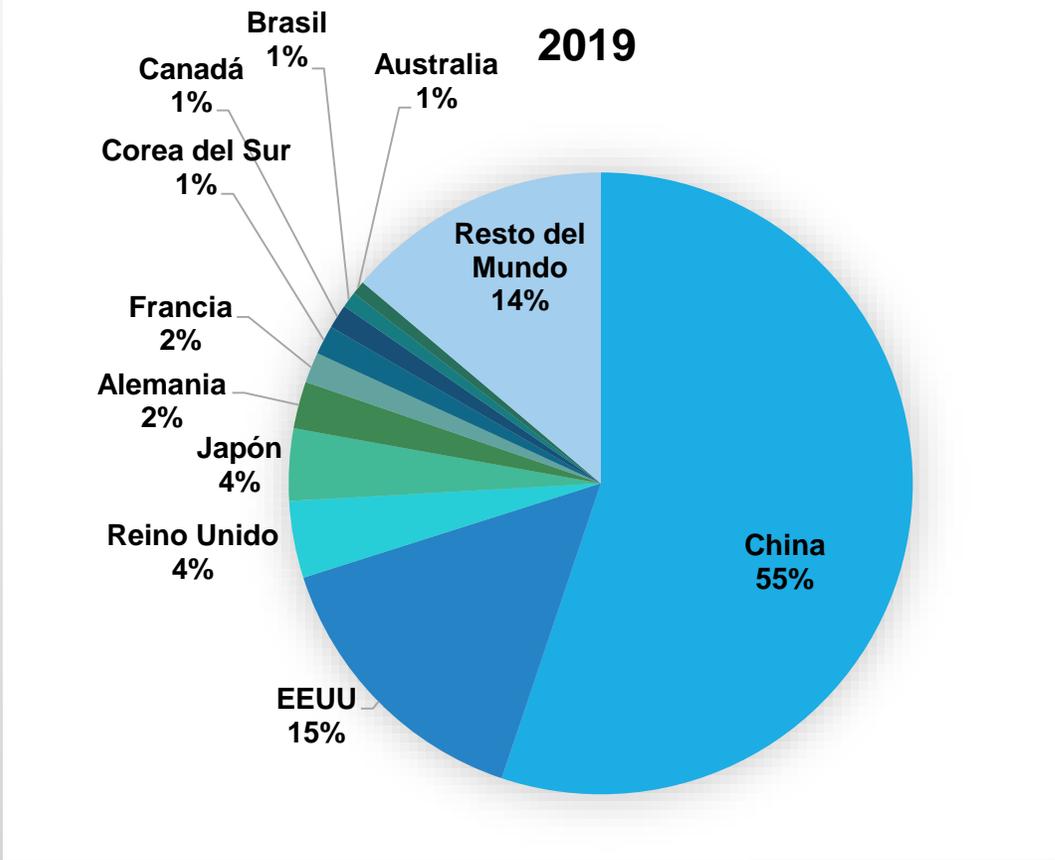
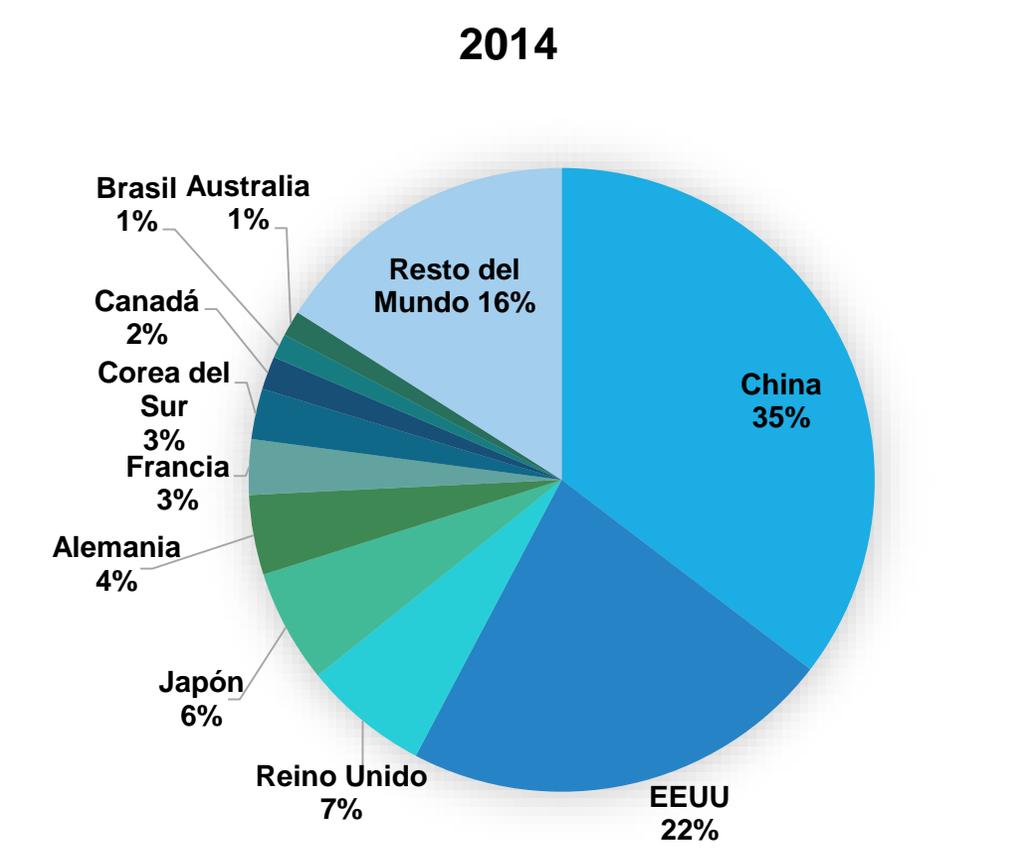
- **Comercio eletrônico en el mundo**
- **Comercio eletrônico en Brasil**
- **Principales retos del comercio electrónico cross-border**

Comercio electrónico en el mundo

- ▶ Los datos disponibles se refieren principalmente al comercio de bienes.
- ▶ Las ventas al por menor en el mundo en 2016: US\$ 22 billones
- ▶ Con ventas de US\$ 1,9 billón, el comercio electrónico, consiguió capturar el 8,8% de ese total.
- ▶ En 2016, el comercio electrónico global creció un 23% (con respecto a 2015).
- ▶ Tendencia para 2020: según encuesta de eMarketer, las ventas por medio electrónico alcanzarán US\$ 4 billones (el 14,6% del total de ventas al por menor)
- ▶ De acuerdo con la misma fuente, Brasil figura entre los 10 principales mercados mundiales del comercio electrónico. China está en primer lugar (US\$ 911 mil millones), seguida por EEUU (US\$ 384 mil millones).

Fuentes: Ecommerce Sales: The eMarketer Forecast for 2016; Worldwide Retail Ecommerce Sales: Emarketer's Updated estimates And Forecast Through 2019.

Comercio electrónico en el mundo



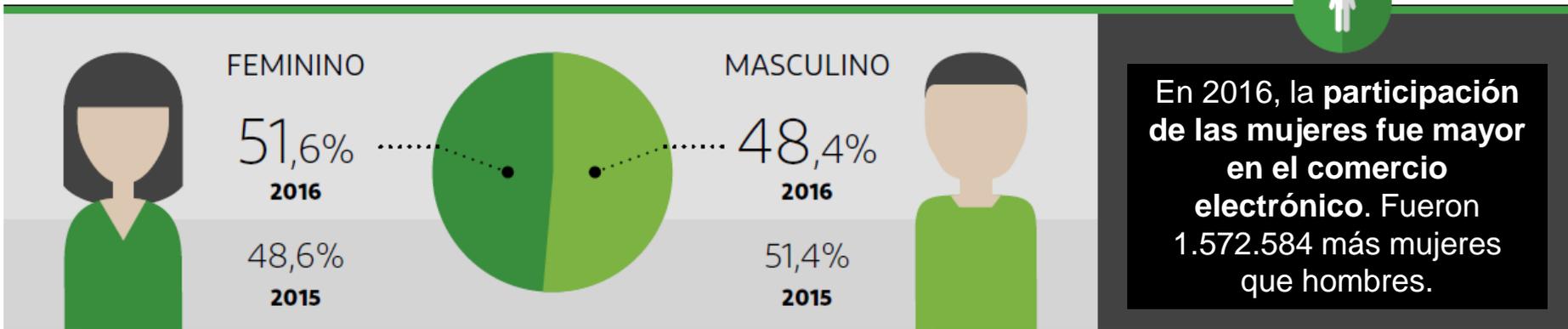
Brasil - destaques del comercio electrónico en 2016

- ▶ Los ingresos de comercio electrónico totalizaron R\$ 44,4 mil millones, un crecimiento nominal del 7,4%
- ▶ Crecimiento del 22% en el número de consumidores online, en comparación con 2015, alcanzando los 48 millones.
- ▶ El 21,5% de las transacciones online se realizaron a través de dispositivos móviles.
- ▶ Previsión de crecimiento en 2017: 12%, con facturación alrededor de R\$ 50 mil millones.
- ▶ Las ventas electrónicas representan alrededor del 4% del total del comercio (12% en Estados Unidos, 15% en Europa, 30% en China). Espacio potencial para el crecimiento de este sector.

Fuente: Ebit y SBVC

Perfil de los compradores - 2016

Género

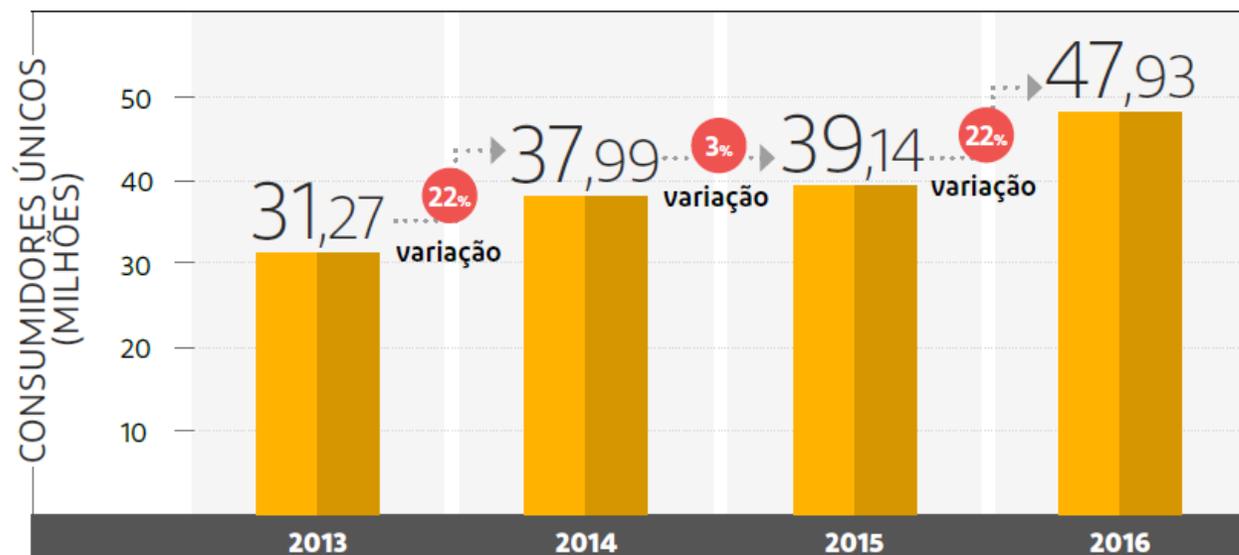


FONTE: EBIT INFORMAÇÃO



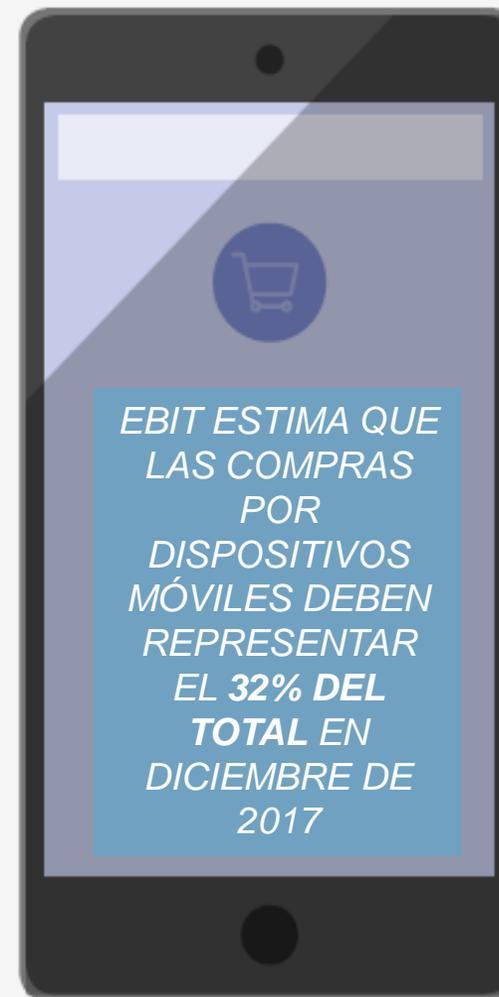
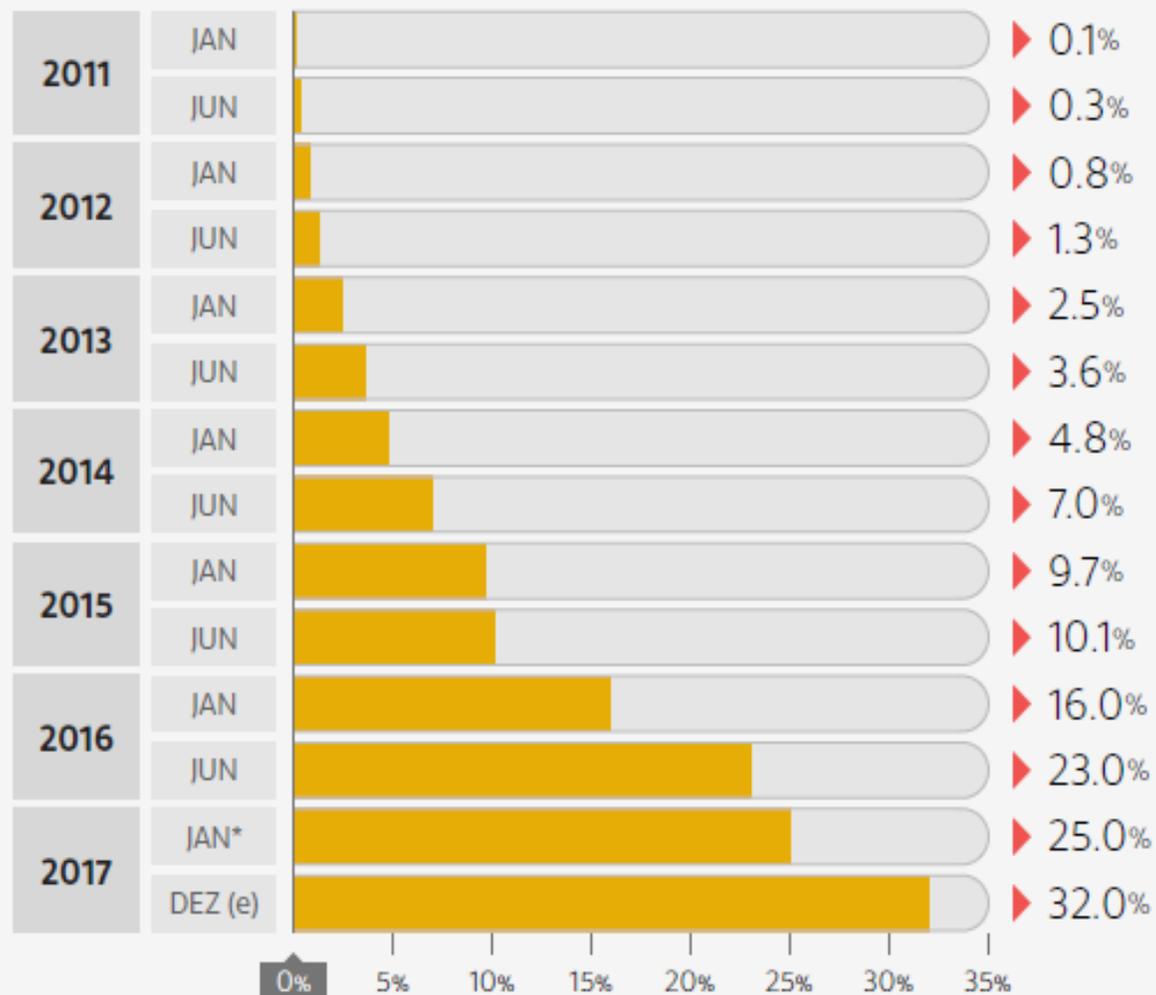
En Brasil, 48 millones de consumidores hicieron al menos una compra virtual en 2016, representando así un aumento del 22% en comparación con el 2015..

Evolución del número de e-compradores



FONTE: EBIT INFORMAÇÃO

Estimación de crecimiento de compras a través de dispositivos móviles en 2017



Principales retos del comercio electrónico cross-border

► **Medición del comercio electrónico y digital:**

Necesidad urgente de crear procedimientos a nivel público y privado para promover la medición del comercio electrónico de servicios y productos digitales.

Revisar las nomenclaturas internacionales y nacionales que ya no consiguen capturar la complejidad y particularidades del comercio electrónico.

Apoyar las iniciativas públicas y privadas de medición del comercio electrónico doméstico y cross-border (incluido el comercio de servicios y digital).

Principales retos del comercio electrónico cross-border

- ▶ **Reconocimiento de la esencialidad del comercio electrónico de bienes y servicios, incluso digital, en las políticas públicas**

Reconocer las mejoras sociales y de renta que ese modelo de negocio puede traer a la sociedad.

Incluir en las agendas de desarrollo de los países y en las políticas públicas temas del comercio online (de bienes y servicios), en especial de innovación, telecomunicaciones, transporte (logística) y de comercio.

Fortalecer el marco jurídico de apoyo al comercio electrónico (marcos legales) y cuidar para que exista una isonomía competitiva con las empresas locales.

Principales retos del comercio electrónico cross-border

► Fortalecimiento del ecosistema del comercio electrónico

Fomentar la cooperación entre el sector privado y las entidades públicas y privadas para el desarrollo de un ecosistema fluido y adaptable para el comercio electrónico.

Áreas y actividades involucradas: industria, comercio, finanzas, medios de pago, transporte, logística, proveedores de servicios, consumidor y gobierno.

Principales retos del comercio electrónico cross-border

► Educación y creación de empleo:

Prioritario para los países en desarrollo.

Preparar las generaciones actuales y futuras para las habilidades requeridas por el Siglo XXI, tales como programación, trabajo con *machine learning*, inteligencia artificial, nuevos modelos de negocios, resolución de problemas complejos, entre otros temas.

Riesgo para los países en desarrollo de volverse aún más alejados de las cadenas de comercio. Reto fundamental para evitar el alargamiento de la brecha tecnológica y de desarrollo en un mundo digital.

Principales retos del comercio electrónico cross-border

► Creación de un marco jurídico internacional:

Crecimiento del interés en los foros internacionales sobre el tema revela la firme intención de los países desarrollados (o con mayor participación en esa actividad) de crear un ambiente internacionalmente favorable para el comercio digital.

El avance de esas discusiones y los posibles compromisos internacionales van a traer impactos para la competencia internacional y doméstica de las empresas en todo el mundo.

Aspectos importantes: derechos de consumo, ubicación de servidores, derechos de propiedad intelectual, derechos de aduana, firmas electrónicas, medios de pago, etc.

Principales retos del comercio electrónico cross-border

► Avance y consolidación de las plataformas internacionales:

El avance de las plataformas internacionales sobre los mercados tradicionales (ej: la compra de la empresa Whole Foods por Amazon) apunta a la consolidación en grandes plataformas de exportación.

Consecuencias:

- (1) Un movimiento de consolidación puede llevar al aumento de barreras al comercio (para hacer frente a la competencia con las plataformas);
- (2) Aparición de distorsiones en el área regulatoria, ya que estas empresas son muy difíciles de regular;
- (3) Cambios en las normas internas de estas plataformas pueden tener fuertes impactos sobre el mercado mundial;
- (4) Plataformas originarias en gran parte de países industrializados, aunque propicien acceso a los mercados, retienen el grueso del valor obtenido en sus países, lo que aumentaría la desigualdad global.

Principales retos en Brasil

- ▶ Promoción comercial
- ▶ Cuestiones reguladoras y arancelarias
- ▶ Medios de pago transfronterizos
- ▶ Logística directa y reversa
- ▶ Entrenamiento e información al exportador online.

El comercio minorista brasileño, incluso el que ya actúa en el comercio electrónico, participa de forma incipiente en el comercio electrónico cross-border.

Gracias

Luiz Maurício Navarro

e-mail: decin.scs@mdic.gov.br

MINISTÉRIO DA
INDÚSTRIA, COMÉRCIO EXTERIOR
E SERVIÇOS

