

Comercio electrónico en el MERCOSUR: ¿Una vía para potenciar la integración?

Nanno Mulder, Jefe de la Unidad de Comercio Internacional (CEPAL)
Romina Gayá, Consultora de la CEPAL



NACIONES UNIDAS

CEPAL



años

Trabajando por
un futuro productivo,
inclusivo y sostenible

Objetivo



Examinar **tendencias** del comercio electrónico en el MERCOSUR



Identificar principales **obstáculos** al desarrollo del *e-commerce* transfronterizo



Formular **recomendaciones** para potenciar el comercio electrónico internacional, con foco en el intrarregional

Oportunidades del comercio electrónico transfronterizo



Menores barreras a la internacionalización de PYMES



Beneficios para consumidores: Mayor cantidad, calidad y variedad de bienes y servicios a menor precio



Transferencia de conocimientos y tecnología



Incentivos a resolución de temas pendientes: armonización regulatoria, reducción de barreras, mejoras de infraestructura y logística

E-commerce en el MERCOSUR: Diagnóstico



Fuerte crecimiento de comercio electrónico B2C:

- Innovaciones en medios de pago
- Cambios de hábito (pandemia)
- Modificaciones regulatorias
- Mejoras logísticas



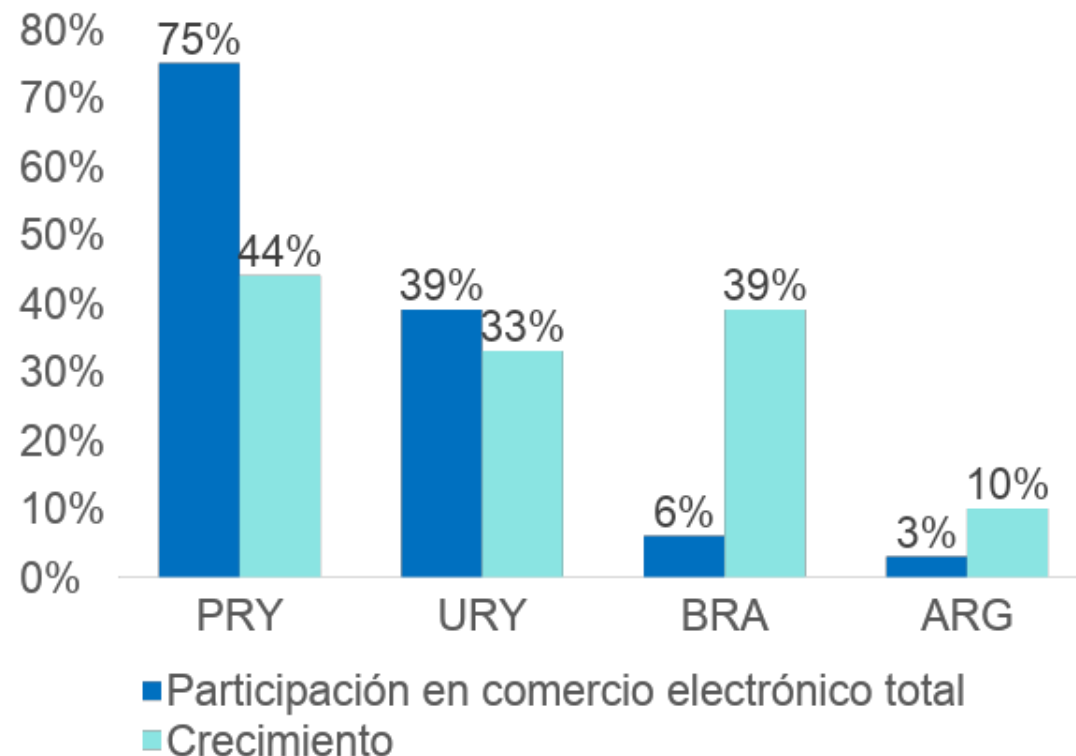
Dinamismo corresponde a **mercado interno**



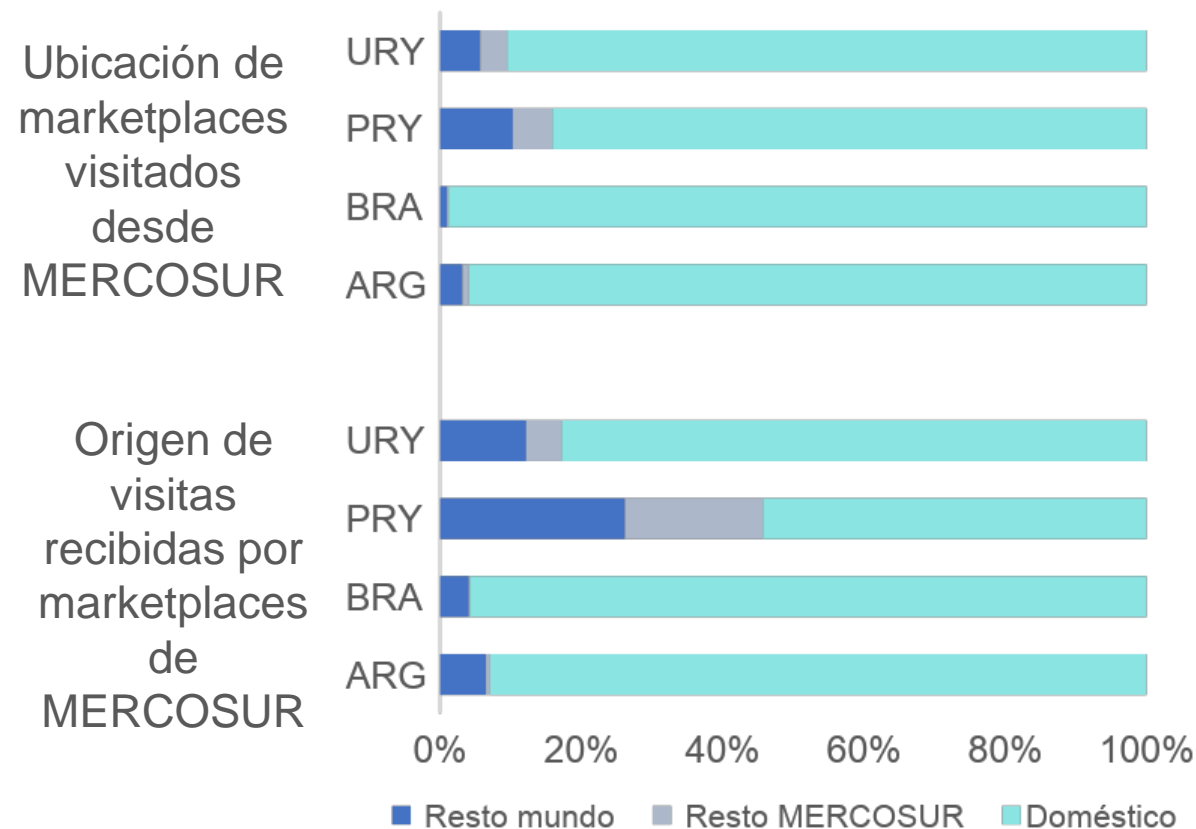
Comercio electrónico **transfronterizo** concentrado en compras al resto del mundo (ej. *streaming*)

Poca relevancia del e-commerce transfronterizo

Comercio electrónico transfronterizo:
Participación de compras en e-commerce total y variación interanual (en porcentaje, 2022)



Tráfico en marketplaces B2C de bienes según origen y destino, 2022 (en porcentaje, 2022)



Fuente: Elaboración propia con datos de Ebank (2023) y LACME (CEPAL-ITC).

Comercio electrónico en el MERCOSUR: ¿Una vía para potenciar la integración?

Regulación del comercio electrónico en el MERCOSUR



MERCOSUR fue **pionero** en negociaciones de *e-commerce* a mediados de los 90 (consumidor, firma digital)



Progresos limitados en otros temas: falta de consensos y de implementación de compromisos



Acuerdo sobre Comercio Electrónico del MERCOSUR (2021)



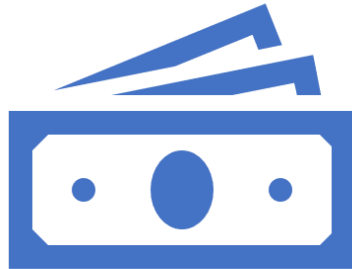
- Compromisos light
- Solo ratificado por Uruguay

Acuerdo sobre Comercio Electrónico del MERCOSUR

Principales ejes



Autenticación electrónica y firma digital



No aplicación de derechos aduaneros sobre transmisiones electrónicas



Protección al consumidor en línea



Protección de datos personales



Transferencias transfronterizas de información y localización de servidores



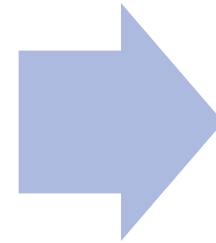
Spam

Áreas clave para promover el *e-commerce* transfronterizo



Conectividad

-
-

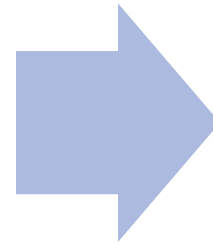


-
-
-



Habilidades y acceso a la información

- Déficit de habilidades digitales, modelos de negocios e internacionalización
- Desconfianza y desconocimiento de consumidores

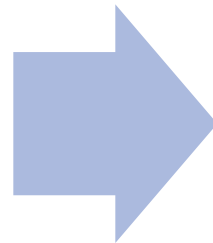


-
-



Estadísticas

-



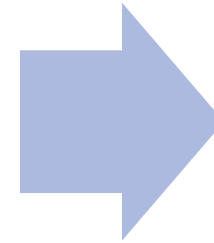
-

Áreas clave para promover el e-commerce transfronterizo



Logística, facilitación y barreras al comercio

- Barreras logísticas y altos costos de transporte
- Baja confiabilidad del sistema postal
- Obstáculos burocráticos, regulatorios e impositivos a servicios
- Algunas mejoras recientes

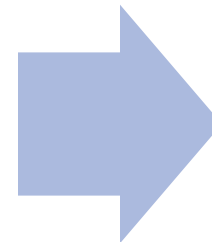


- Mejora eficiencia servicio postal
-
-
-



Inclusión financiera y pagos transfronterizos

- Avances e innovaciones recientes en inclusión financiera, pero persiste rezago
- Obstáculos a los pagos internacionales



-
-

Síguenos en:



<https://www.cepal.org/es>



https://twitter.com/cepal_onu



<https://www.facebook.com/cepal.onu>



<https://www.youtube.com/user/CEPALONU>



<https://www.flickr.com/photos/cepal>

¡Muchas gracias!

nanno.mulder@un.org
rominagaya@gmail.com



NACIONES UNIDAS

CEPAL



años

Trabajando por
un futuro productivo,
inclusivo y sostenible