



**El futuro
es de todos**

DNP
Departamento
Nacional de Planeación



**El futuro
es de todos**

DNP
Departamento
Nacional de Planeación

Documento CONPES Política Nacional de Comercio Electrónico

Iván Mauricio Durán Pabón
Director de Desarrollo Digital
Departamento Nacional de Planeación
Julio, 2020



**El futuro
es de todos**

DNP
Departamento
Nacional de Planeación

Contenido

- 1. Antecedentes y justificación**
- 2. Diagnóstico**
- 3. Propuesta de política (preliminar)**
- 4. Pasos a seguir**



Antecedentes y justificación

Impactos de la crisis

En el contexto de crisis mundial aparecen grandes oportunidades para el **comercio electrónico**

Efectos negativos sin precedentes:

- Empleo y empresas golpeados
- Desglobalización, salida de Colombia de CGV

Incertidumbre radical:

- Resiliencia: Resistir ante los choques
- Anti-fragilidad: Aprovechar y mejorar ante los choques

Dos visiones pos-crisis:

- El paraíso: mundo digitalizado, crecimiento verde, RBU
- Todo seguirá igual después de la crisis

¿Cómo hacemos para que el CE no sea sólo una herramienta para **resiliencia**, sino que nos conduzca a mejorar, a potenciar la actividad económica?

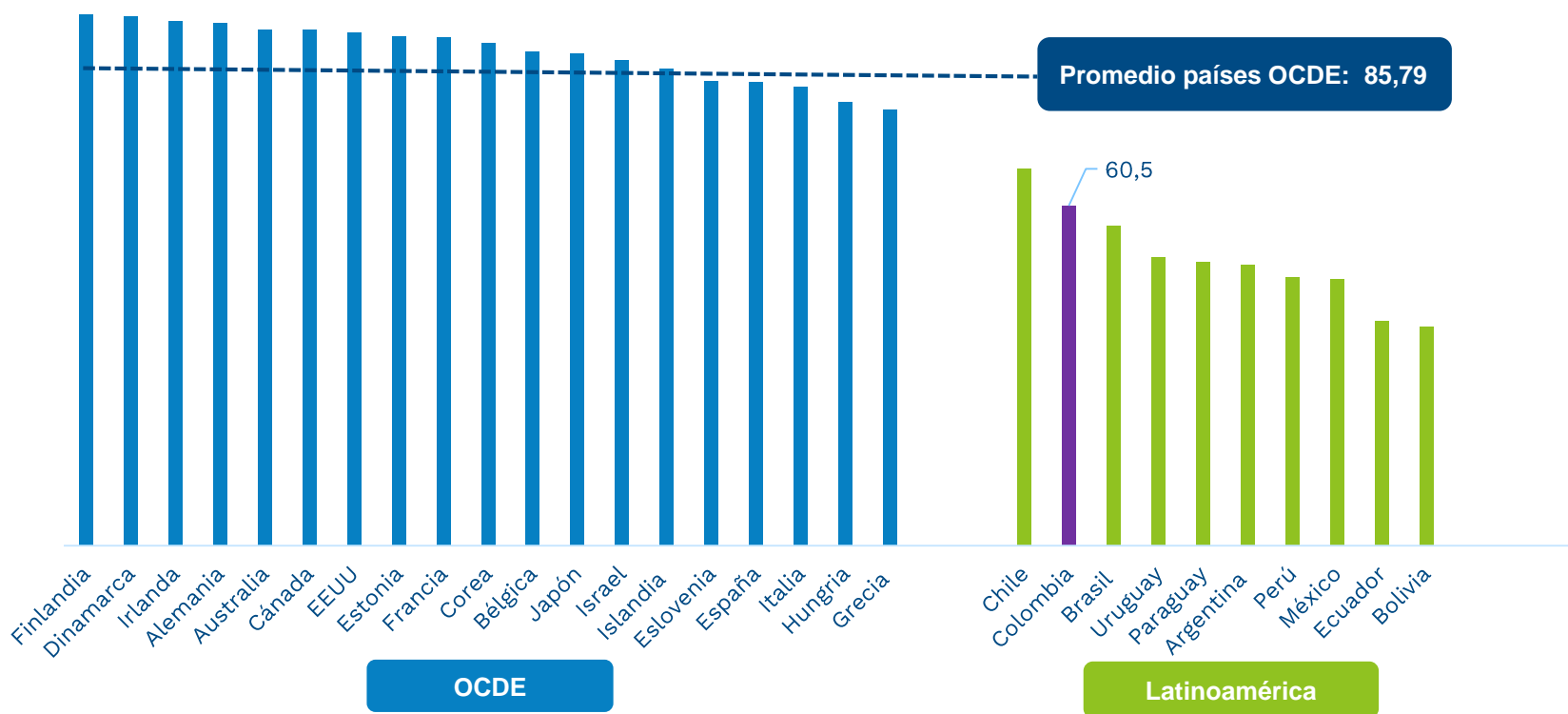


Comparativo internacional

A pesar de los esfuerzos públicos y privados y el incremento de las **transacciones en línea** en el país, **Colombia** aún cuenta con un nivel de preparación bajo para afrontar el **comercio electrónico** en comparación con otros países.

Índice de Comercio Electrónico – UNCTAD B2C

Puntaje del Índice 2019 (OCDE vs. Latinoamérica)



Ranking del índice Colombia

2016	71	↑
2017	75	
2019	73	↓

de 152 países

Pilares del Índice

- Inclusión financiera
- Conectividad a Internet
- Confiabilidad postal
- Servidores de Internet seguros

Antecedentes de política

A pesar de los esfuerzos y de encontrarnos inmersos en las tecnologías de la 4RI, aún persisten debilidades en términos de capturar los **beneficios sociales y económicos del comercio electrónico**, así como de incrementar su uso en el país.

2009 CONPES 3620

Política para el desarrollo e impulso del comercio electrónico en Colombia

- Objetivo: *Crear el ambiente y las condiciones propicias para promover el desarrollo de comercio electrónico como un elemento generador de competitividad empresarial, crecimiento económico y bienestar general.*

2019 Pacto por el Crecimiento de Software, TI y BPO

- Sofisticar los procesos y servicios de la cadena de valor del comercio electrónico
- Falta de confianza en la utilización de pagos digitales

2020 CONPES 3982

Política Nacional Logística

- Objetivo: *Promover la intermodalidad en el transporte y la facilitación del comercio para reducir los costos y tiempos logísticos y así impulsar la competitividad del país.*

2019 Bases Plan Nacional de Desarrollo 2018-2022

Pacto por la Transformación Digital de Colombia

- Estrategia PND: Promover el comercio electrónico
- Meta PND: Transacciones digitales (2022: 290 millones)

2019 - Mesa Técnica de Comercio Electrónico

- Espacio de participación intersectorial para identificar las barreras del comercio electrónico
- Secretaría Técnica: DNP

2020 CONPES 3993 Programa de modernización de la DIAN

- Busca la optimización de la gestión tributaria basada en las tecnologías digitales.

Antecedentes de política y Zonas Francas

Si bien, las zonas francas no han sido el foco de los últimos documentos CONPES, estos brindan elementos a tener en cuenta por la política de comercio electrónico para **reconocer el papel que las zonas francas desempeñan en su cadena de valor.**

CONPES 3982 Política Nacional Logística

Problema: Tiempos elevados para realizar los trámites de comercio exterior por baja capacidad de respuesta de aduanas y baja interoperabilidad de sistemas de información.

Acciones:

- Fortalecimiento de inspecciones simultáneas, mejora tecnológica e interoperabilidad de sistemas de comercio exterior.

Problema: Debilidad institucional. Entidades con mayores responsabilidades en los procesos de comercio exterior pertenecen a distintos sectores del Gobierno, lo cual dificulta el diseño e implementación de políticas integradas en materia de facilitación del comercio.

Acciones:

- DIAN establecerá un plan de promoción del uso de las declaraciones anticipadas.
- La DIAN, Invima, ICA, Policía Nacional, SuperTransporte, la Dimar y el MINCIT definirán la reglamentación requerida para la inclusión de los distintos actores de la cadena logística al **programa Operador Económico Autorizado (OEA)** mejorando los niveles de confianza y agilidad en las operaciones.

CONPES 3993 Programa de Modernización de la DIAN

Problema: Se han identificado dos limitaciones en la gestión tributaria y aduanera que han impedido su eficacia: **i) Falta de aprovechamiento de toda la información disponible sobre los contribuyentes y sus operaciones** y, **ii) Baja automatización y trazabilidad en los procesos de control aduanero.**

Acciones:

- Desarrollo de **un modelo de control basado en la información** y un sistema de gestión integral de riesgos para identificar y analizar características de contribuyentes y operaciones de comercio exterior para desarrollar y aplicar estrategias diferenciadas de control y atención.
- **Fortalecer el sistema de apoyo al OEA y al mecanismo de declaración anticipada**, incluyendo: (i) automatización de la gestión de la certificación OEA e implementación de los acuerdos de reconocimiento mutuo entre países; (ii) acciones de diseminación y capacitación para incrementar el número de operadores en la certificación y la inclusión de toda de la cadena logística, y (iii) acciones para incrementar la capacidad de gestión de los programas de facilitación y seguridad aduanera.
- Desarrollo de componente comprende acciones para realizar una transformación digital de la DIAN que permita una gestión segura y basada en información oportuna y de calidad, mediante (i) Planeación estratégica de TICs, (ii) Mejores prácticas en gobierno de datos y (iii) Mejoras en la seguridad de la información.





Diagnóstico



Definición de problema



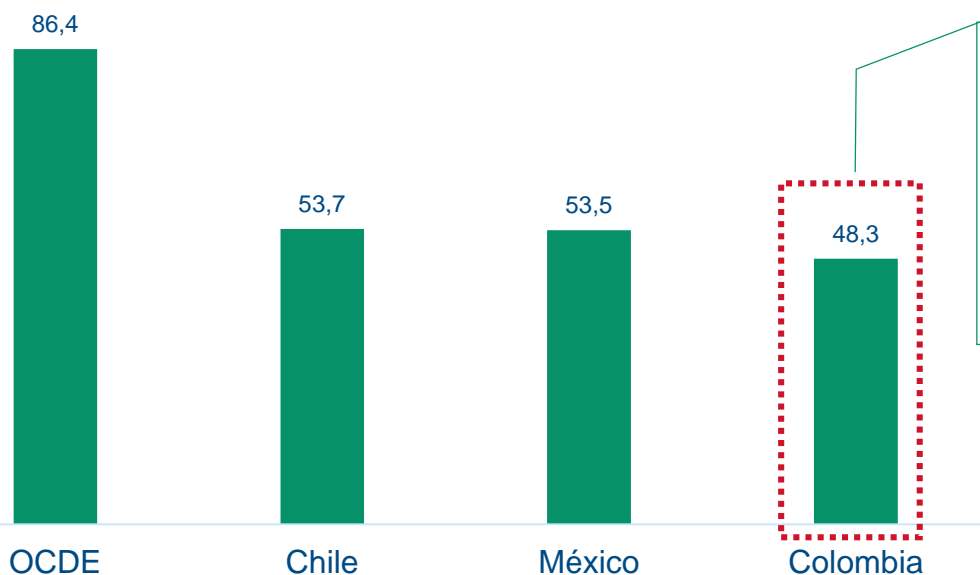
Eje 1: Empresas



Necesidad de fortalecer habilidades digitales y de **talento especializado** en comercio electrónico

Colombia ha hecho avances, pero es necesario fortalecer el talento humano especializado para potenciar el comercio electrónico

Factor de conocimiento
Ranking Mundial de Competitividad Digital 2019



Mide los conocimientos necesarios para descubrir, comprender y construir nuevas tecnologías.

- **Talento**
- **Educación**
- **Concentración científica**

En Colombia existen **322** programas académicos **TIC**, donde sólo **11** cuentan con acreditación de alta calidad

(MinEducación, 2019)

Habilidades que requiere el país para el desarrollo del comercio electrónico

Desarrollo de Software y programación

Optimización motores de búsqueda & Marketing

Análisis de datos

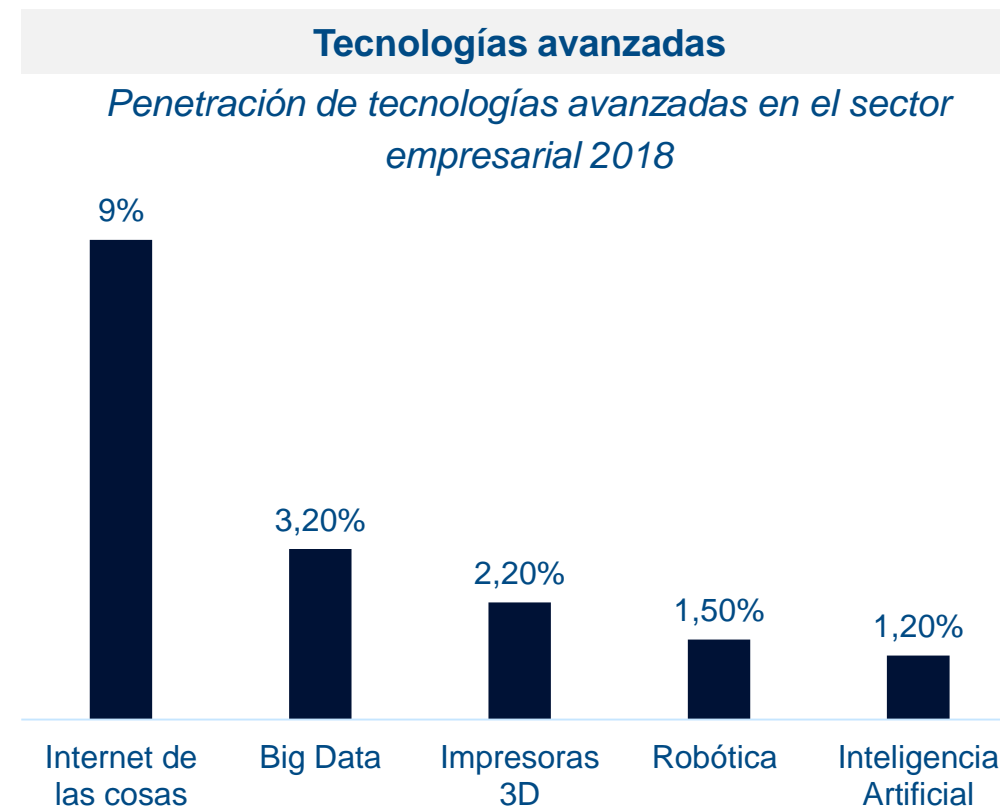
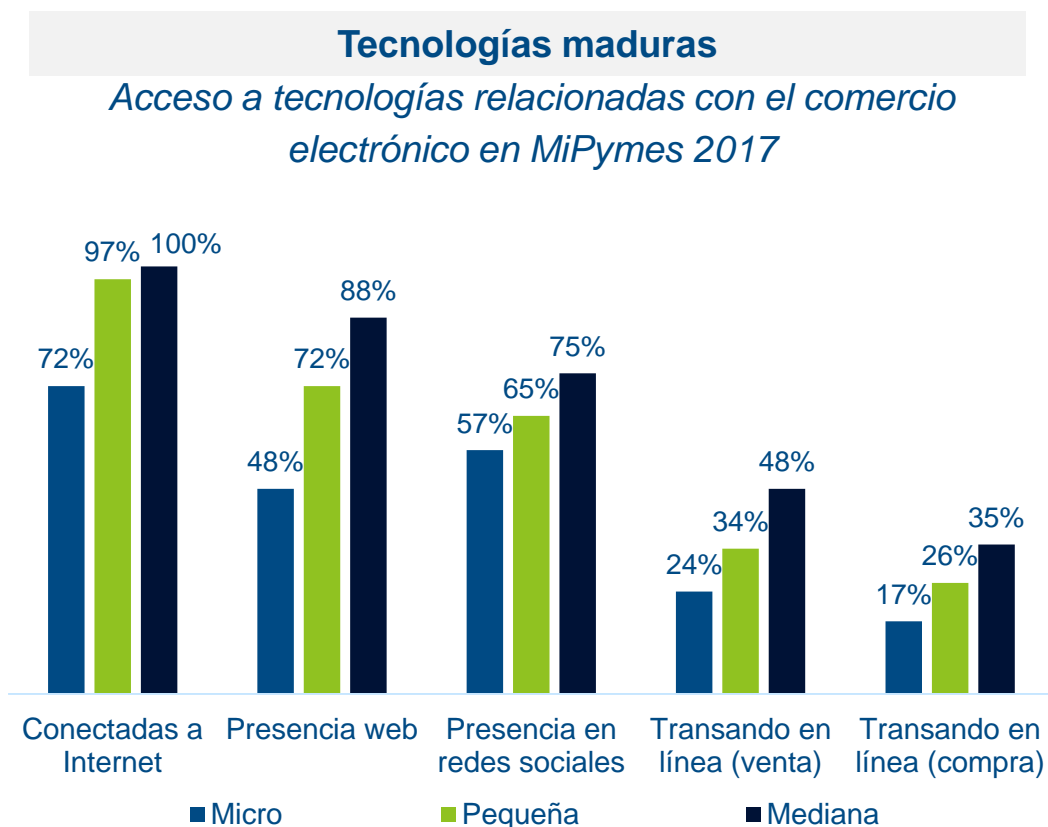
Inteligencia Artificial

Fuente: Elaboración propia con base en IMD Ranking 2019



Baja adopción tecnológica y de herramientas digitales en las empresas para el comercio electrónico

En 2017 solo el **27 %** de las **MiPymes** vendía en línea y el **20 %** compraba. Además, la tasa de penetración de tecnologías avanzadas en el sector empresarial es baja.



Fuente: Elaboración propia con base en Estudio de Caracterización de las MiPymes colombianas – MinTIC 2017

Fuente: Plan TIC 2018-2022 MinTIC 2019

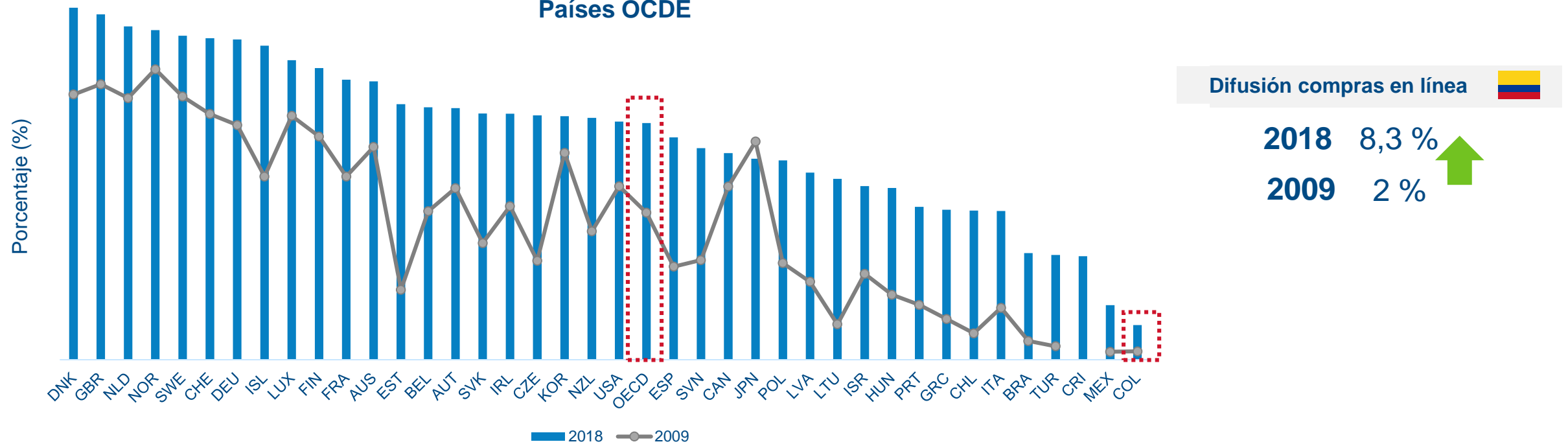
Eje 2: Consumidores



Bajo uso y apropiación del comercio electrónico en los **ciudadanos**

Colombia con un **8 %** de difusión de compras en línea registra el nivel más bajo dentro de los países OCDE. En **9 años** el incremento de este indicador, en términos absolutos, fue de **6 pp.**

Difusión de las compras en línea
Países OCDE



Difusión compras en línea 

2018 8,3 % 

2009 2 %

Fuente: Elaboración propia con datos OCDE 2019

Nota: La difusión se entiende como el número de personas que compran en línea sobre total de la población del país (población entre 16 y 74 años).

Desconfianza en relación con la protección al consumidor, protección de datos y seguridad digital

Se atribuye al bajo empoderamiento de la ciudadanía respecto a sus derechos y deberes como consumidores y a la falta de cultura y educación digital.

Razones para no comprar en línea



Fuente: Blacksip 2018

Indicadores de ciber-seguridad Colombia (2019)

Respuesta a incidentes cibernéticos **50 %**

Protección de datos personales **100 %**

Lucha contra el ciberdelito **78 %**

Colombia ocupa el puesto 60 entre 160 países.

Fuente: National Cybersecurity Index (e-Government's Academy).



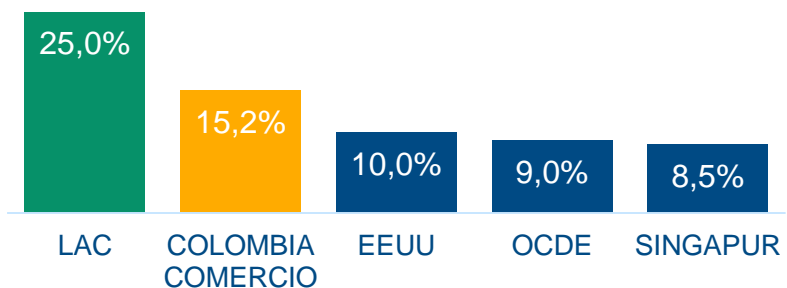
Eje 3: Infraestructura logística



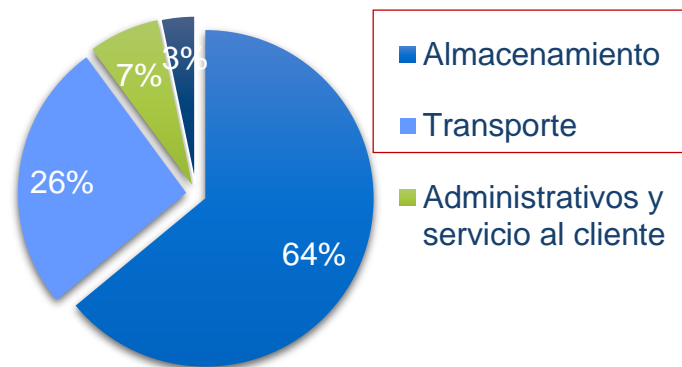
Baja eficiencia del **sector logístico** para atender el comercio electrónico

Persisten ineficiencias que generan **altos costos y tiempos de distribución para el cumplimiento de entregas**, lo cual desincentiva el comercio electrónico en el país.

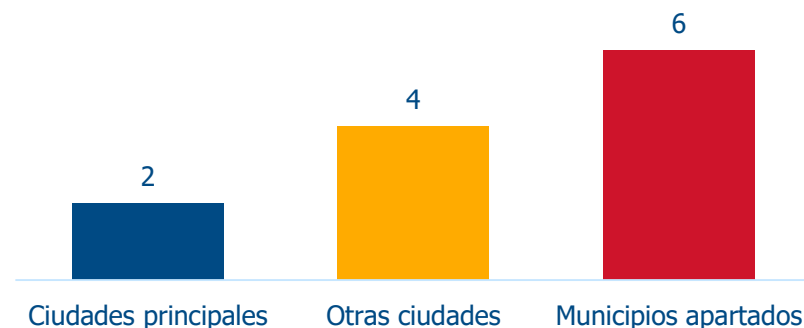
Costo logístico como porcentaje del valor final del producto en sector comercio (2018)



Composición costo logístico en sector comercio (2018)



Tiempos de entrega territorio nacional (días promedio)



Fuente: Encuesta Nacional Logística 2018

Son 3 veces mayores en los municipios alejados que en ciudades principales

Para evitar incumplimientos, los comerciantes prometen **tiempos más amplios de entrega**

Eje 4: Marco normativo y gobernanza



Normativa **no responde** a los nuevos desafíos, actores y tecnologías



Estatuto del Consumidor

- No contempla operaciones B2B y B2G
- Derecho de retracto y Reversión de pagos
- Definición de *MarketPlace* y su régimen de responsabilidad



Plataformas tecnológicas

- Definición de su naturaleza jurídica
- Implicaciones en materia de competencia -barreras de entrada.
- Régimen jurídico de sus colaboradores



Ciberseguridad

- El fraude electrónico y la suplantación de identidad no tienen suficiente desarrollo normativo



Protección de datos personales

- Requisitos onerosos para MiPymes en materia del registro de bases de datos
- Es necesario diseñar nuevos requisitos de transparencia y accountability en el manejo de los datos personales.

Inexistencia de **estrategias complementarias** a la regulación y normativa que se adecuen a nuevas necesidades, actores y tecnologías



Regulación cambiaria

- Un comprador de un bien en el exterior que use medios locales a través de pasarelas de pago debe presentar directamente la correspondiente declaración de importación, la cual se debe presentar personalmente.



Regulación aduanera

- Algunos trámites de importación y exportación no responden a las necesidades de las operaciones de comercio electrónico como las declaraciones de Exportación temporal.
- Umbrales de *minimis*



Fomento a los MASC

- Insuficiente presencia de mecanismos para resolver conflictos entre consumidores y proveedores de manera directa y amigable.

Barreras institucionales para el desarrollo de comercio transfronterizo



Superposición de reguladores

- Dado el carácter transversal del comercio electrónico, además de sus reguladores naturales que son MinTIC y la CRC, ahora intervienen muchos más entes reguladores como INVIMA, la DIAN, SIC, MinTransporte, MinHacienda, Superfinanciera, BanRep, UIAF, etc., lo que genera dispersión normativa.



Fallas de coordinación institucional

- Fallas de coordinación como inspecciones diferidas sobre una misma operación aduanera de diversas autoridades (DIAN, ICA, INVIMA, Policía Antinarcóticos y FNE).
- Necesidad de crear criterios unificados, previos y públicos que le indiquen al usuario cuándo proceden o no controles aduaneros en el tráfico postal y envíos urgentes.

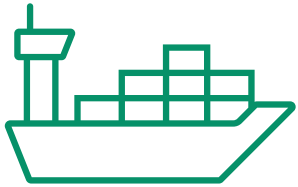


Propuesta de política (preliminar)



Propuestas recibidas -Zonas Francas –Junio 2020

Algunas de las propuestas recibidas relacionadas con el comercio electrónico y las Zonas Francas



- Fortalecer el uso de modalidades como las de tráfico postal y envíos urgentes. Brindando la posibilidad de que los bienes que lleguen a zona franca y los que se produzcan en ellas, sean desaduanados a través de ese mecanismo.
- En materia aduanera, así como está autorizado el sistema de Courier para las exportaciones, es necesario expedir una regulación para autorizar la importación de mercancías desde las Zonas Francas a través de los regímenes de tráfico postal o envíos urgentes. Esto simplifica la declaración aduanera y racionaliza costes de gestión aduanera.
- En materia tributaria, se propone extender a las Zonas Francas el incentivo que hoy en día se encuentra exclusivamente otorgado a los Centros de Distribución Logística Internacional ubicados en los puertos marítimos y los fluviales, donde los ingresos obtenidos por la enajenación de mercancías extranjeras de propiedad de sociedades extranjeras o personas sin residencia en el país, no están sujetos a retención en la fuente por no considerarse ingresos de fuente nacional.
- Emitir normas de política cambiaria para facilitar el reintegro de divisas tanto para personas naturales como jurídicas.



Pasos a seguir



Pasos a seguir

Julio	31 de julio: Entrega primera versión del documento a GCONPES-DNP (15 días en revisión)	
Agosto	31 de agosto: Publicación segunda versión del documento a la ciudadanía (15 días publicado)	Concertación de acciones, metas y recursos con entidades sectoriales para construcción del PAS
Septiembre	30 de septiembre: Entrega segunda versión del documento y PAS a GCONPES- DNP (15 días en revisión)	
Octubre	Última semana de octubre: Entrega versión definitiva del documento y PAS para citación a PreCONPES (5 días hábiles para citación)	
Noviembre	Primera semana de noviembre: Sesión de PreCONPES	Última semana de noviembre: Sesión CONPES



**El futuro
es de todos**

DNP
Departamento
Nacional de Planeación