



MINISTERIO DE ECONOMÍA Y FINANZAS
REPÚBLICA ORIENTAL DEL URUGUAY

Contenido

I. Contexto Mundial

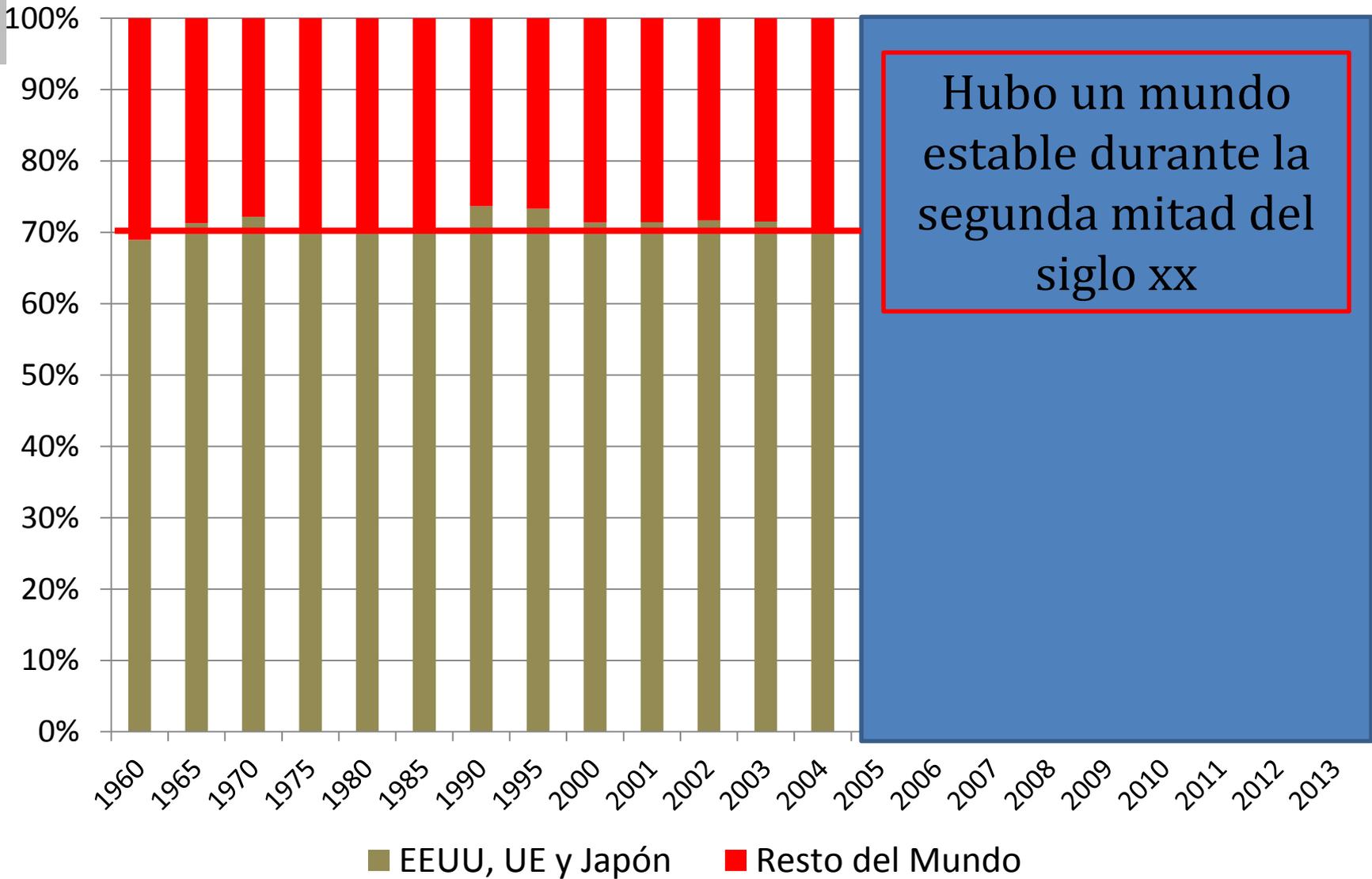
II. ¿Qué ha cambiado en el mundo?

III. Comercio Electrónico

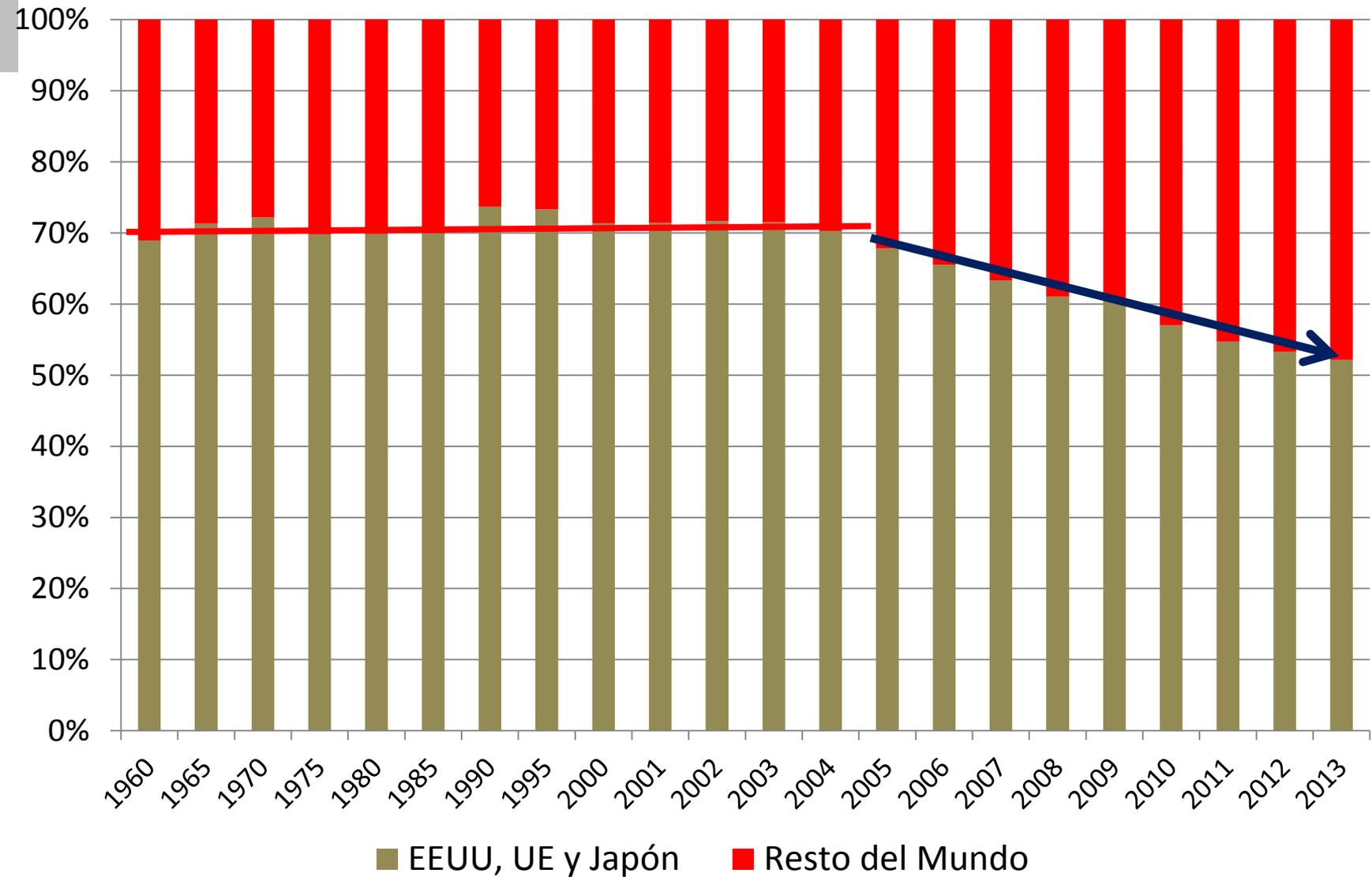
IV. Economía Digital

V. Envíos postales internacionales

Participación en el PBI Mundial



Que ha cambiado rápidamente



Participación en Producción Mundial Manufacturera

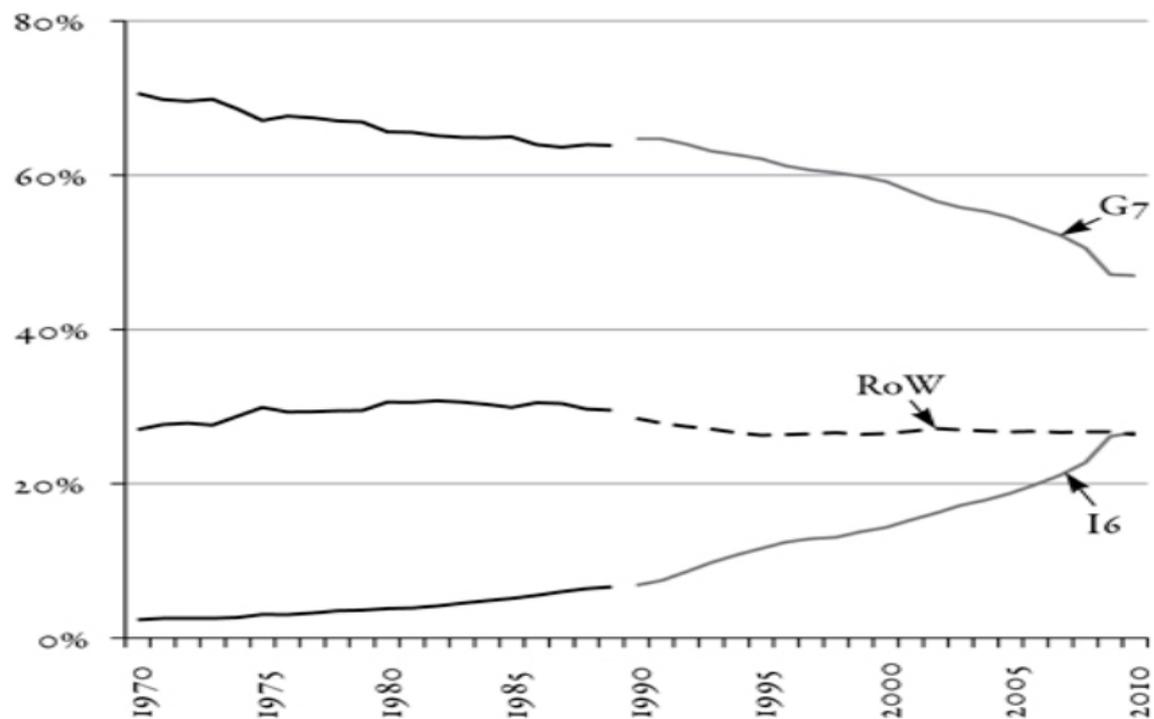
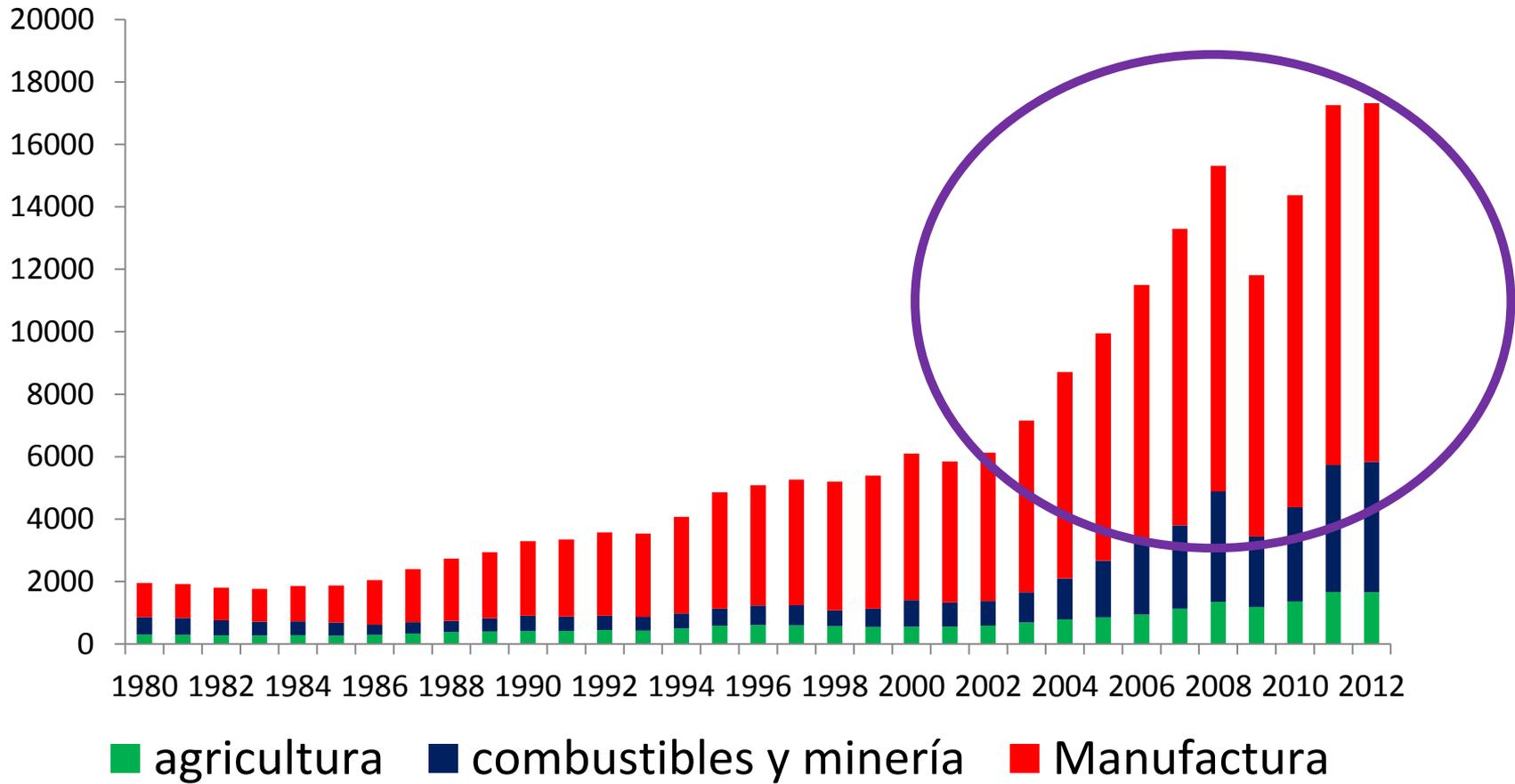


FIGURE 2: The decline in rich nations' share of world manufacturing translated to gains by just six developing nations.

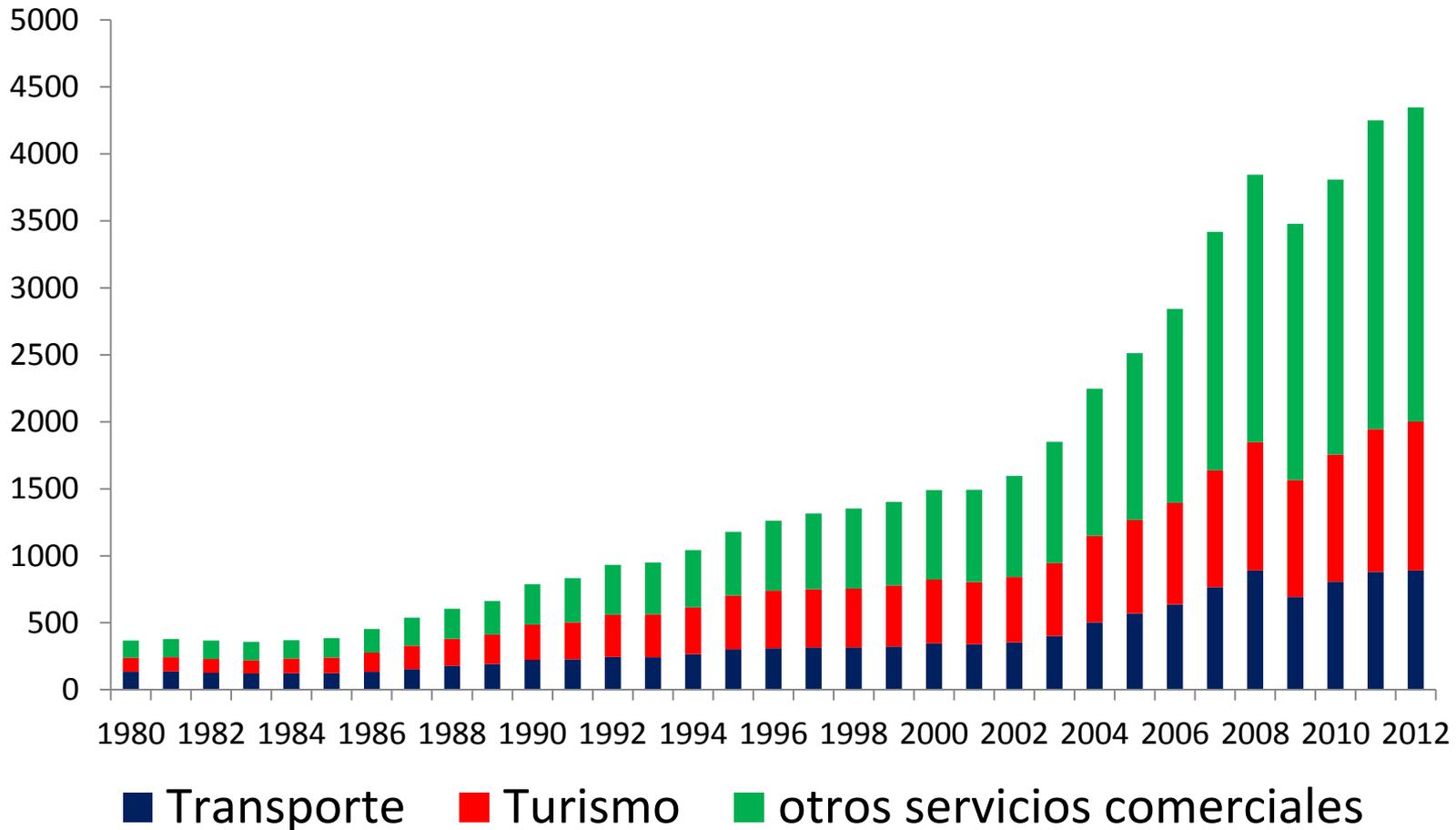
Exportaciones mundiales por grandes sectores en el período 1980-2012 (miles de millones de dólares corrientes)

a) Bienes

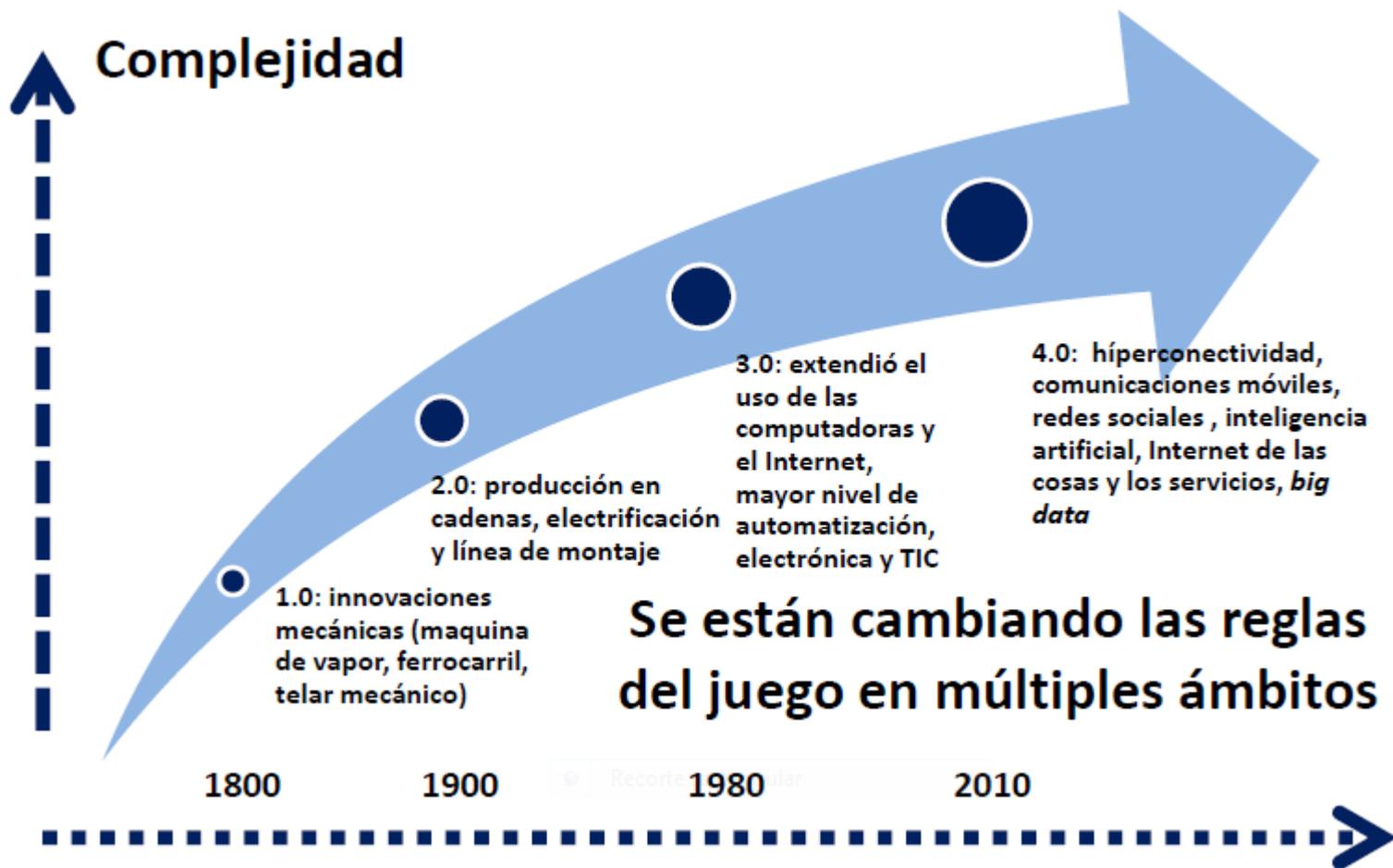


Exportaciones mundiales por grandes sectores en el período 1980-2012 (miles de millones de dólares corrientes)

b) Servicios



Asistimos a una nueva revolución tecnológica completamente innovadora y disruptiva



Blinder (2006) describe a esta transformación de la siguiente forma:

“In the future, and to a great extent already in the present, the key distinction for international trade will no longer be between things that can be put in a box and things that cannot. It will, instead, be between services that can be delivered electronically over long distances with little or no degradation of quality, and those that cannot.”

E-Commerce (Comercio Electrónico)

- Es definido por los estudios de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) como el proceso de utilizar tecnologías WEB para mejorar las relaciones comerciales en internet con clientes, proveedores, distribuidores, entidades financieras, socios estratégicos, accionistas, gobierno etc.



[1]



[2]

Ventajas y Desventajas del E-Commerce

Ventajas

- Reducción de costos.
- Realizar mejores negociaciones.
- Acceso a un mercado local e internacional.
- Creación de nuevas relaciones comerciales.
- Flexibilidad en los medios de pago.
- Permite personalizar e individualizar todas las relaciones empresa-cliente.
- Facilita la comunicación permanente e interactiva.

Desventajas

- Riesgos de Seguridad
- Dificultad en identificar a las partes
- Cambio rápido de las nuevas tecnologías.
- Se pierde la capacidad de visualización del producto en comercialización.
- Menor comunicación entre vendedor y consumidor.
- Dificultad para hacer válida la garantía del producto comercializado.
- Vulnerabilidad ante hackers

Clasificación del Comercio Electrónico



Según el medio de comunicación empleado

- Comercio Electrónico Tradicional.
- Comercio Electrónico en internet.

Según la actividad desarrollada

- Comercio Electrónico Directo.
- Comercio Electrónico Indirecto.

Según el grado de seguridad

- Comercio Electrónico Inseguro.
- Comercio Electrónico Seguro.

Según los sujetos participantes

- **B2B** Empresa a Empresa.
- **B2C** Empresa a Consumidor.
- **C2C** Consumidor a Consumidor.

Criterio General

- Neutralidad Tecnológica
- Lo que implica redefinir:
 - Criterios Tributarios
 - Reglas de juego
 - Fomento de la competencia leal

El régimen de envíos postales internacionales.

Normativa

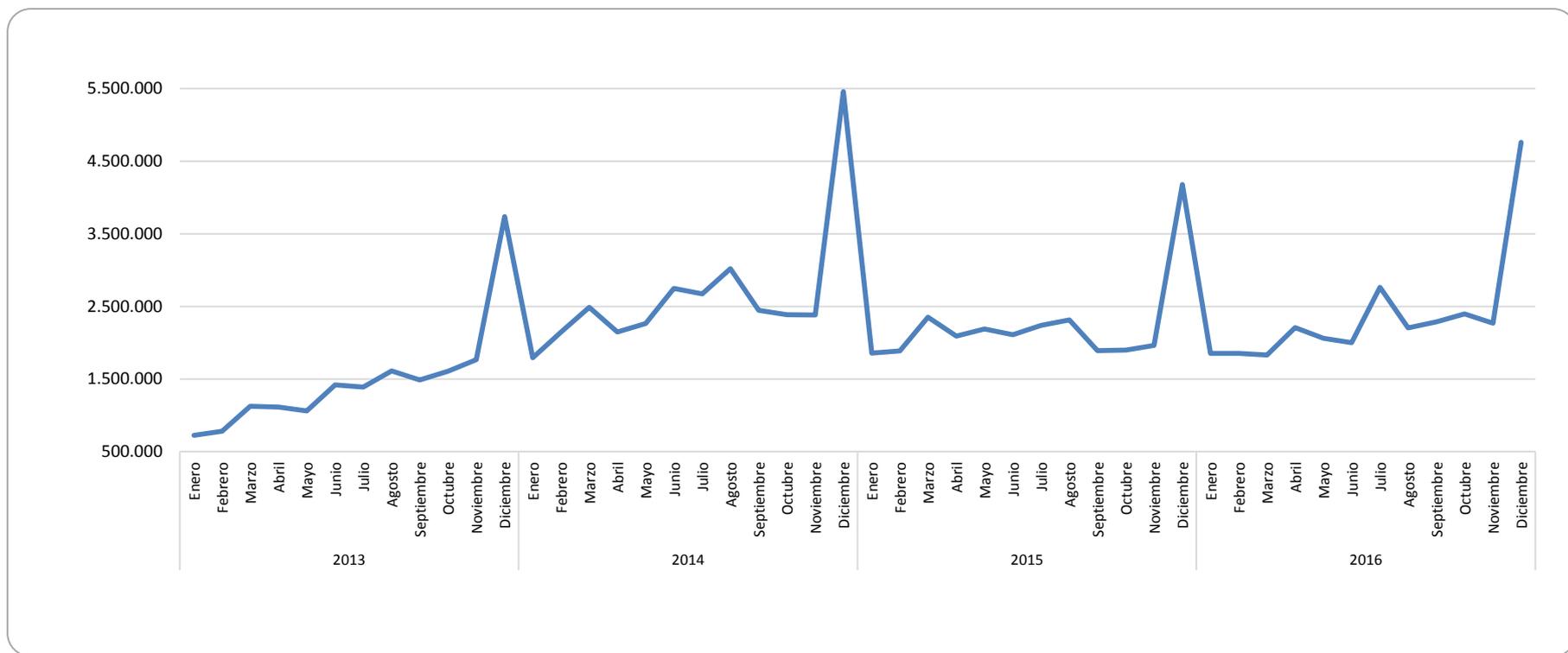
- Ley N° 18.761 (Protocolo con EEUU)
- Artículo 277 de la Ley N° 18.834 y modificativos
- Artículos 140 y 141 de la Ley N° 19.276 (CAROU)
- Artículos 229 y 230 de la Ley N° 19.355 (Presupuesto Nacional 2015-2019)
- Decreto N° 356/014 del 9 de diciembre del 2014 y sus modificativos

El régimen de envíos postales internacionales es un **régimen aduanero especial**, que permite el ingreso al país de encomiendas postales internacionales con **exoneración del pago de todo tributo (franquicia) y sin necesidad de contratar un despachante de aduana**, siempre que se cumplan todos los requisitos previstos por la legislación aduanera. Asimismo, por fuera de la franquicia tributaria, se reglamentó la posibilidad de utilizar un régimen denominado simplificado.



Los envíos modalidad expresa.

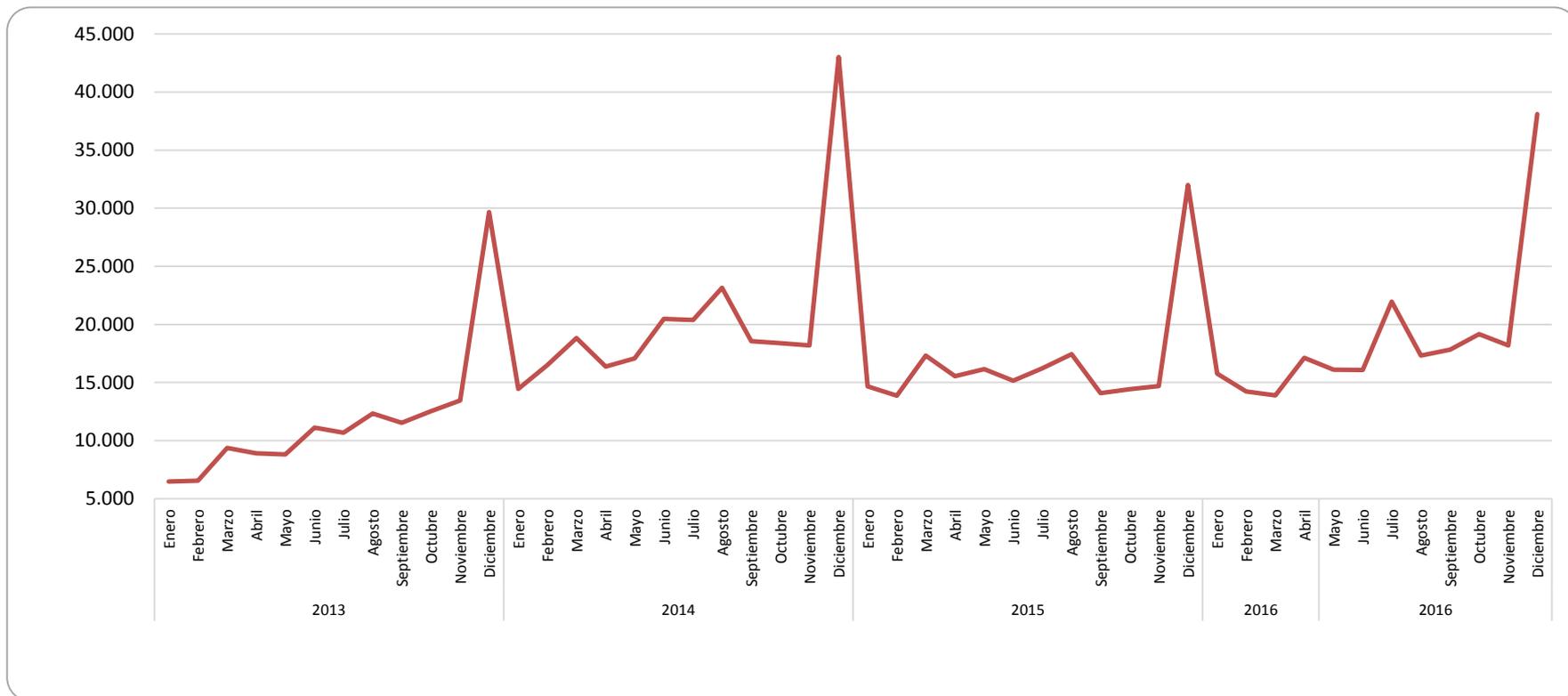
Evolución de los envíos expresos durante los últimos cuatro años.
En valor acumulado por mes, período 2013-2016.



Fuente: Elaboración propia en base a datos de DNA

>> Durante el año 2016 los envíos expreso crecieron respecto al año anterior, sin embargo los montos se ubicaron aún por debajo de los observados durante el año 2014.

Cantidad de envíos expresos por mes, período 2013-2016.



Fuente: Elaboración propia en base a datos de DNA

>> Durante el año 2016 ingresaron al país 225.675 envíos bajo la modalidad expresa, los cuales totalizaron un valor acumulado de aproximadamente 28,5 millones de dólares.

Los envíos modalidad expresa.

>> El valor promedio de cada envío se mantuvo en el entorno de los 118-132 dólares, siendo el máximo permitido de 200 dólares.

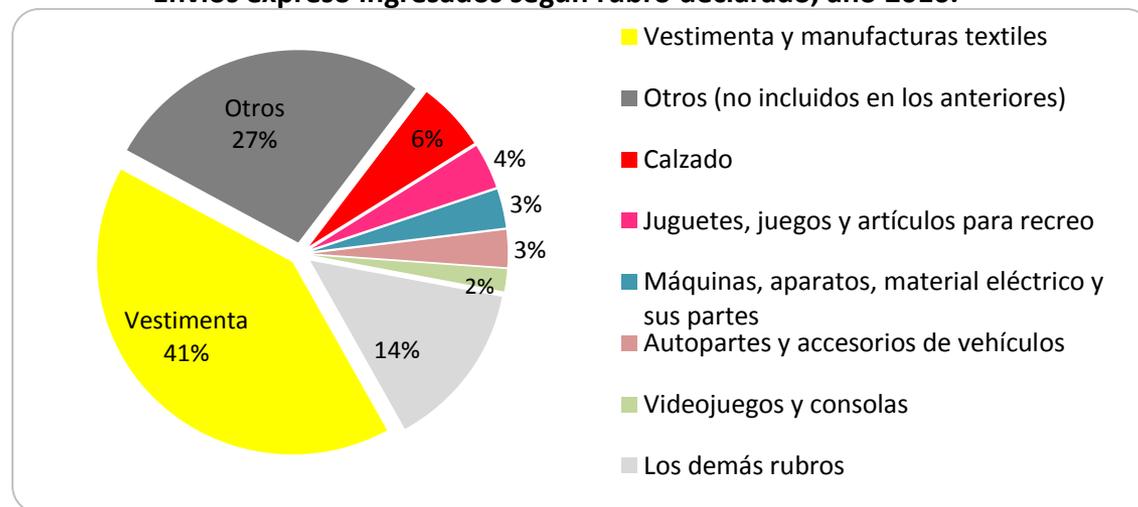
>> El principal país de procedencia es Estados Unidos.

>> Los cinco principales operadores postales mantienen el 72% de participación en los envíos ingresados.

Operador Postal	Participación
EXUR	21%
AIR FACILITY WHOLESALA LIMITADA	14%
MIAMI BOX	14%
ENVIAMICOMPRA	12%
TNT	11%
Los demás Courier	28%

>> Los principales rubros declarados fueron: “Vestimenta y manufacturas textiles” (41%), seguido por “Otros” (27%) y “Calzado” (6%).

Envíos expreso ingresados según rubro declarado, año 2016.



Fuente: Elaboración propia en base a datos de DNA

Los envíos modalidad no expresa.

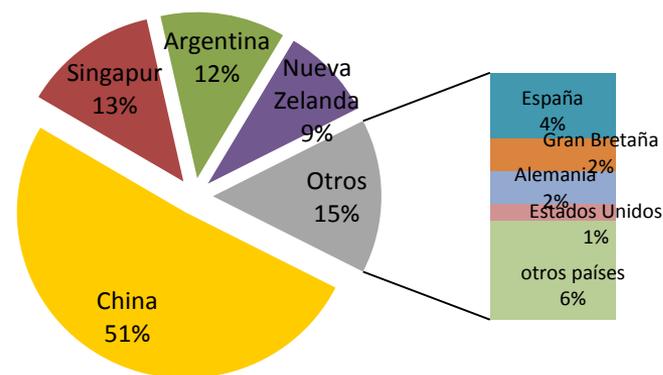
>> Ésta modalidad es realizada en un 100% por la Administración Nacional de Correos (ANC).

>> Durante el año 2016 ingresaron al país 90.476 envíos bajo la modalidad no expresa, los cuales totalizaron un valor acumulado de aproximadamente 1,8 millones de dólares.

>> El valor promedio de cada envío está en el entorno de los 20 dólares, siendo el máximo permitido bajo esta modalidad de 50 dólares.

>> Los principales rubros declarados fueron: “Vestimenta y manufacturas textiles” con el 32% de los envíos, seguido por “Otros” con el 31% y “Calzado” con 5%.

>> Los principales países de procedencia fueron: China (51%), seguido por Singapur (13%), Argentina (12%), Nueva Zelanda (9%) y otros países (15%).



Evaluación de la franquicia tributaria, año 2016.

>> Fueron un total de 316 mil envíos franquiciados (según ambas modalidades), lo que representa un valor total de 30,3 millones de dólares, con una participación en valor del 6% para los envíos no expresos y de 94% para los expresos.

>> Los valores promedio por envío aún están muy por debajo del máximo habilitado.

MES	Expresos		No Expresos		Totales	
	Nº de envíos	Valor Promedio	Nº de envíos	Valor Promedio	Nº de envíos	Valor Promedio
Total Anual	225.675	126	90.476	20	316.151	96
Porcentaje	71%		29%		100%	

>> La “Vestimenta” es el principal rubro de clasificación de los envíos, seguido de “Otros” y “Calzado”.

>> La cantidad de usuarios anuales ascendió durante el año 2016 a 141.409 usuarios, de los cuales el 12% realizó envíos bajo ambas modalidades (expresa y no expresa).

Tipo envío	Expresos	No expresos	Ambos	Total Franquicia
Usuarios	102.888	47.515	17.995	141.409

>> El 39% de los usuarios utilizó únicamente 1 envío de su cupo anual.

- >> El uso del sistema se está masificando y democratizando
- >> Está permitiendo arbitrar precios con el mercado doméstico
- >> Hay que estar alerta a las “condiciones normales del mercado” y a que no se generen abusos de la utilización del régimen
- >> Se apoya e impulsa la economía digital
- >> La neutralidad tecnológica implica el pago de los mismos impuestos por todos los actores



MINISTERIO DE ECONOMÍA Y FINANZAS
REPÚBLICA ORIENTAL DEL URUGUAY