

El comercio electrónico y las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYME): ¿qué normas comerciales podrían mejorar el clima de negocios en África?

por Martin Luther Munu¹
Marzo 2019

El comercio electrónico, definido generalmente como la realización de pedidos y compra de bienes y servicios a través de medios electrónicos, se ha convertido de un tiempo a esta parte en uno de los principales asuntos en materia de política comercial e industrial. Esto se debe a que si se lo gestiona adecuadamente, el comercio electrónico puede dar paso a una economía digital altamente eficiente que fomente el crecimiento económico. Los miembros de la Organización Mundial del Comercio (OMC) han mostrado gran interés en el comercio electrónico. En septiembre de 1998, los miembros de la OMC adoptaron un programa de trabajo sobre comercio electrónico que era en buena medida de carácter exploratorio. Sin embargo, el 13 de diciembre de 2017, 43 miembros (incluidos 71 países) acordaron trabajar juntos a través de una declaración conjunta sobre el comercio electrónico en pos de futuras negociaciones en la OMC sobre los aspectos del comercio electrónico relacionados con el comercio.

El Grupo Africano se negó con todo derecho, sin embargo, a negociar cometidos vinculantes relativos al comercio electrónico en el marco de la OMC. Sostienen en su lugar que la OMC debería centrarse en cumplir con los mandatos del Programa de Doha para el Desarrollo, tales como el relativo a la reducción sustancial del total de subvenciones distorsionantes del comercio en el Acuerdo de Agricultura, al algodón, y al trato especial y diferenciado, con miras a promover transformaciones estructurales e industrialización, todo lo cual sería beneficioso para las MIPYME africanas.ⁱ

Es importante que exista un marco normativo de respaldo para el comercio electrónico para que se pueda cumplir el Objetivo 9 de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas (ODS de la ONU) que gira en torno a construir infraestructura resiliente, promover la industrialización inclusiva y sustentable y fomentar la innovación. Además, facilita la estrategia y plan maestro de la Unión Africana sobre Pequeñas y Medianas Empresas 2017-2021, que aspira a liberar el potencial de las MIPYME para generar empleo y promover el comercio intrarregional e intra-africano, así como integrar a las MIPYME africanas en las cadenas de valor mundiales y regionales.

Aunque el comercio electrónico se promueva como algo ventajoso para las MIPYME africanas, los desafíos que implican el comercio electrónico y la economía digital están bien documentados.ⁱⁱ La Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD) identifica motivos clave de preocupación para los países en desarrollo respecto de la implementación de un acuerdo multilateral sobre comercio electrónico. Entre esos motivos clave encontramos: el hecho que la mayor parte del comercio electrónico es nacional, por lo que las políticas nacionales son más importantes que las políticas internacionales; la brecha digital que sigue siendo bastante amplia entre y dentro de los países; que las empresas de los países en

¹ Analista de investigación, Comercio e Integración Regional, Centro de Investigación de Política Económica, (EPRC), Correo electrónico: munumartinl@yahoo.com.

desarrollo pueden carecer de acceso adecuado a las plataformas de comercio electrónico utilizadas en los países desarrollados, y/o las condiciones de acceso, incluida la pérdida de control sobre los datos, que pueden ser desfavorables; y la falta de acceso a las plataformas de pago electrónico en los países en desarrollo, entre otros.

Las MIPYME se clasifican según la cantidad de empleadas/os, los ingresos/facturación o los activos totales. En la UE, por ejemplo, las PYME clasifican como tales si emplean a menos de 250 personas y facturan menos de \$50 millones de euros. En Uganda, como se ilustra en la Tabla 1, si emplean a menos de 100 personas y sus activos totales suman menos de \$97.000 dólares. Esto significa que las MIPYME de los países africanos, aparte del papel limitado que desempeñan en el comercio electrónico, tampoco pueden competir financieramente con sus contrapartes de los países desarrollados. Además, las empresas que presionan a favor del comercio electrónico son mucho más grandes, por ejemplo, Google vale \$498 mil millones de dólares, Apple \$495 mil millones de dólares, mientras que Facebook y Amazon valen más de \$340 mil millones de dólares. Las empresas africanas son importadoras netas de comercio electrónico y quedan bastante rezagadas respecto de la infraestructura de comercio electrónico de otros países como China, Brasil, Estados Unidos y el Reino Unido. Esto explica por qué se oponen a que la OMC introduzca más liberalización en nombre de las MIPYME. El hecho que el comercio electrónico ya ascendía a \$22 billones de dólares en 2015, sin nuevas normas comerciales de la OMC sobre comercio electrónico, también refuerza su argumentación.

Tabla 1: Clasificación de las MIPYME en Uganda

Empresa	Cantidad de empleadas/os	Activos totales	
		UGX	Dólares estadounidenses
Micro empresas	Hasta 4	10 millones o menos	2.700
Pequeñas empresas	5 a 49	10 millones a 100 millones	2.700 a 27.000
Medianas empresas	50 a 100	100 millones a 360 millones	27.000 a 97.000

Fuente: Política de Uganda sobre MIPYME

Los riesgos crecientes relativos a la seguridad que corren las entidades que se conectan a Internet, por *hackeo* o piratería, virus, ciberataques, etc., son de particular preocupación para los países africanos, que en todos los casos cuentan con capacidad insuficiente para controlar estos fraudes por Internet. Además, es necesario debatir y esclarecer el tipo de propiedad sobre esos datos digitales y los derechos personales y colectivos sobre ellos, a falta de lo cual los países en desarrollo deben evitar ingresar en negociaciones de acuerdos de comercio electrónico o comercio digital.

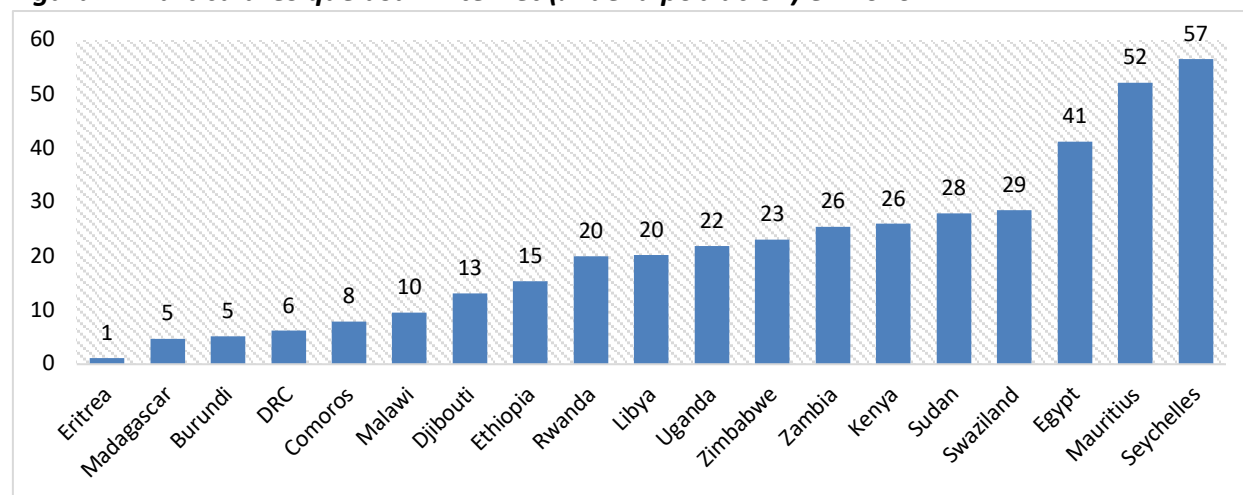
Las MIPYME de África son claves para la industrialización y la transformación económica del continente. Esto se debe a que las economías africanas están principalmente basadas en las MIPYME, y al hecho que la industria y la manufactura han sido caminos para el desarrollo económico. Sin embargo, la participación de la industria africana en el Producto Bruto Interno (PBI) en promedio ha estado decayendo, lo que afecta los términos del intercambio comercial. Esto se debe al predominio de las empresas multinacionales en las economías africanas, que son

además las mismas empresas que instigan a los países desarrollados, principalmente Estados Unidos, a promover las negociaciones sobre el comercio electrónico.

Las MIPYME del África tampoco apoyan las negociaciones sobre comercio electrónico en la OMC, percibidas fundamentalmente como un intento camuflado de introducir nuevos asuntos, incluidos el comercio electrónico y la facilitación de las inversiones, que no ayudan a las pequeñas empresas sino que consolidan el poder de las grandes empresas. El ejemplo que brinda India refuerza la determinación de África de resistir el inicio de las negociaciones sobre comercio electrónico en la OMC. India es uno de los países en desarrollo más grandes con una economía digital relativamente mejor desarrollada, pero la principal asociación de pequeños comerciantes y fabricantes -con 1700 asociaciones miembro que representan a millones de MPYME- no apoya las negociaciones sobre comercio electrónico, por la simple razón de que las empresas globales de comercio electrónico ya hoy colocan a las locales en gran desventaja y cualquier medida en pos de nivelar el campo de juego para el comercio electrónico en el país conllevaría el colapso de las MIPYME indias.

La mayoría de los países africanos simplemente no están listos o preparados para competir efectivamente en el comercio electrónico. La penetración de Internet, que es uno de los indicadores clave para medir la preparación para el comercio electrónico, es muy baja en África. En la figura 1 se indica el porcentaje de la población que usaba internet en el Mercado Común de África Oriental y Austral (COMESA) en 2016. Las Seychelles, Mauricio y Egipto son los tres países con mayor porcentaje, mientras que Eritrea, Madagascar y Burundi son los últimos tres. Ocho países miembros de COMESA tienen menos de 20% de penetración de Internet, mientras que el resto, excepto los tres primeros, tienen menos de 30% de penetración de Internet. Esto demuestra que en general, la región no está preparada para ampliar el comercio electrónico.

Figura 1: Particulares que usan Internet (% de la población) en 2016.



Fuente: Banco de datos de Indicadores del Desarrollo Mundial, Banco Mundial

Las MIPYME africanas enfrentan los múltiples desafíos del alto costo del financiamiento (tasas de interés altas y plazos de pago cortos), las limitaciones en infraestructura (conectividad a Internet, electricidad, carreteras y puertos), brechas en términos de conocimiento y habilidades, la competencia de las empresas establecidas tanto en los mercados nacionales como extranjeros, y cumplir con las normas y estándares de los mercados que les son de interés, entre otros. Para garantizar que las MIPYME puedan beneficiarse del comercio electrónico, no sólo es

necesario ampliar y hacer efectiva la penetración de Internet, sino también mejorar el acceso a las plataformas y los servicios de pago y entrega electrónicos, simplificar y agilizar los procedimientos aduaneros y desarrollar habilidades y competencias específicas. Esto requiere intervenciones de los respectivos Estados a nivel nacional en lugar de un acuerdo a nivel multilateral que, por el contrario, socavaría esas mismas medidas.

Por lo tanto, para apoyar el fortalecimiento de las capacidades de sus MIPYME a fin de que puedan competir en el comercio electrónico, es necesario que los países africanos intervengan formulando y aplicando políticas y/o estrategias industriales digitales. Tales políticas deben diseñarse bien para garantizar algún tipo de proteccionismo para las empresas africanas nacies, permitir la discriminación en favor de las empresas nacionales con respecto a la contratación pública, y hacer que la transferencia de tecnología sea obligatoria. Un acuerdo multilateral sobre el comercio electrónico tornaría prácticamente imposible aplicar tales políticas industriales digitales. Por ejemplo, el documento oficioso de Estados Unidos sobre comercio electrónico propone una prohibición a la transferencia de tecnología que no se limite al comercio electrónico y que no contenga excepciones (ni siquiera para las compras públicas). De aprobarse, significaría que en las compras públicas de cualquier Ministerio, incluso los contratos de poca monta, de todo tipo de bienes y servicios, y potencialmente las compras públicas de todos los niveles de gobierno no se podría exigir transferencia de tecnología. Además, Estados Unidos propone aumentar el *de minimis* con el argumento de que un nivel de minimis razonable garantiza que los pequeños y medianos exportadores puedan participar plenamente en la economía mundial. La norma fiscal *de minimis* establece un umbral de precios por encima del cual se grava un producto importado. Dicha propuesta perjudicaría aún más a las MIPYME africanas.

En conclusión, es importante que los gobiernos del África apoyen y actúen en consonancia con la posición del Grupo Africano en la OMC, oponiéndose a las negociaciones sobre comercio electrónico. La mejor manera de apoyar la realización de la Agenda 2063 de la Unión Africana sería mediante políticas de industrialización digital como las que propone la UNCTAD. La iniciativa encabezada por la UNCTAD, conocida como “comercio electrónico para todos” es una oportunidad para apoyar a los países africanos en la promoción de su preparación para el comercio electrónico. Sin embargo, tal iniciativa no debería recomendar políticas anti-desarrollo vinculadas a la liberalización como las impulsadas en la OMC, ya que sus implicaciones serían desastrosas para las MIPYMES africanas. Y lo que es más importante, no se la debería utilizar como plataforma de lanzamiento para negociaciones multilaterales sobre comercio electrónico.

ⁱ Párrafo 3.3 de “Declaración del Grupo Africano” documento de la OMC JOB/GC/144, 20 de octubre de 2017.

ⁱⁱ UNCTAD. (2017). Aprovechamiento máximo de los beneficios para el desarrollo derivados del comercio electrónico y la economía digital. Disponible en:

https://unctad.org/meetings/es/SessionalDocuments/tdb_ed1d2_es.pdf