



# Ventanilla única y **comercio** sin **papel** para la **internacionalización** de las **pequeñas y medianas** **empresas (pymes)** en la **República de Corea**

Dong Whan Lee  
Sung Heun Ha



NACIONES UNIDAS



대한민국정부

The Government of  
the Republic of Korea

# Ventanilla única y comercio sin papel para la internacionalización de las pequeñas y medianas empresas (pymes) en la República de Corea

Dong Whan Lee  
Sung Heun Ha



NACIONES UNIDAS



대한민국정부

The Government of  
the Republic of Korea



Este documento fue preparado en inglés por Dong Whan Lee y Sung Heun Ha, consultores de la División de Comercio Internacional e Integración de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). Juan Diego Thorrens, consultor de la misma división, tradujo y editó el documento. Este informe es parte de las actividades del proyecto CORPYME apoyado por el gobierno de la República de Corea.

Se agradece los comentarios de Nanno Mulder, Oficial de Asuntos Económicos de la División de Comercio Internacional e Integración de la CEPAL.

Las opiniones expresadas en este documento, que no ha sido sometido a revisión editorial, son de exclusiva responsabilidad de los autores y pueden no coincidir con las de la Organización.

Publicación de las Naciones Unidas  
LC/TS.2020/36  
Distribución: L  
Copyright © Naciones Unidas, 2020  
Todos los derechos reservados  
Impreso en Naciones Unidas, Santiago  
S.20-00256

Esta publicación debe citarse como: D. Lee y S. Heun Ha, "Ventanilla única y comercio sin papel para la internacionalización de las pequeñas y medianas empresas (pymes) en la República de Corea", *Documentos de Proyectos* (LC/TS.2020/36), Santiago, Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), 2020.

La autorización para reproducir total o parcialmente esta obra debe solicitarse a la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), División de Publicaciones y Servicios Web, publicaciones.cepal@un.org. Los Estados Miembros de las Naciones Unidas y sus instituciones gubernamentales pueden reproducir esta obra sin autorización previa. Solo se les solicita que mencionen la fuente e informen a la CEPAL de tal reproducción.

## Índice

<b>Resumen</b> .....	7
<b>Introducción</b> .....	9
A. Obstáculos para la internacionalización de las PYMES .....	10
B. Medios y herramientas digitales para la internacionalización de las PYMES .....	12
1. Comercio electrónico transfronterizo .....	12
2. Herramientas de pago basadas en TIC: un financiamiento alternativo para las PYMES .....	13
3. Comercio sin papel: herramienta de facilitación del comercio para las PYMES .....	14
<b>I. La ventanilla única y el comercio sin papel para la internacionalización de las PYMES</b> .....	17
A. Definiciones y comparaciones relacionadas con la ventanilla única .....	17
B. Medidas de facilitación de comercio y Comercio sin papel para PYMES .....	20
C. La ventanilla única de comercio de Corea .....	22
1. Desarrollo y operación del sistema de comercio sin papel en Corea .....	22
2. Alcance del servicio de uTradeHub y servicios ofrecidos a las PYMES .....	25
3. Uso de tecnologías adecuadas para las PYMES .....	34
4. Capacitación y herramientas informáticas para la formación de las PYMES .....	36
<b>II. La adaptación de la ventanilla única a las necesidades de las PYMES en América Latina y el Caribe</b> .....	39
A. Aprendizajes del caso coreano .....	39
B. Recomendaciones técnicas .....	41
C. Recomendaciones de política .....	42
D. Otras recomendaciones .....	42
<b>Bibliografía</b> .....	45

## Cuadros

Cuadro 1	Limitantes a la internacionalización de las PYMES .....	11
Cuadro 2	Oportunidades para la internacionalización de las PYMES .....	16
Cuadro 3	Países y regiones: ejemplos de ventanillas únicas, 2014.....	18
Cuadro 4	Corea: comparación entre sistema electrónico aduanero, ventanilla única de Aduanas y ventanilla única de comercio.....	19
Cuadro 5	América Latina: nivel de implementación de las medidas de facilitación del comercio y comercio sin papel, 2017 .....	22
Cuadro 6	Principales servicios ofrecidos a los comerciantes, 2018 .....	26
Cuadro 7	Corea: tipos de usuarios de uTradeHub, 2016-2018 .....	27
Cuadro 8	Corea: participación de los usuarios de uTradeHub en el total de exportadores de Corea, 2017 .....	27
Cuadro 9	Corea: uso del comercio sin papel por tamaño de empresa, 2017.....	28
Cuadro 10	Corea: el uso del comercio sin papel por parte de los exportadores directos, 2016-2018.....	28
Cuadro 11	Corea: uso del certificado de compra por parte de los exportadores indirectos, 2016-2018.....	31
Cuadro 12	Corea: volumen del comercio electrónico transfronterizo en Corea, 2014-2018.....	31
Cuadro 13	Beneficios de la declaración de exportación simplificada .....	33
Cuadro 14	Cambios en el formulario de la declaración de exportación.....	33
Cuadro 15	Corea: estadísticas del servicio goGlobal, 2017-2019 .....	34
Cuadro 16	Corea: lineamientos para la accesibilidad del contenido web.....	35

## Gráficos

Gráfico 1	120 países seleccionados: resultados de la encuesta sobre las medidas de facilitación del comercio para PYMES, 2017 .....	20
Gráfico 2	América Latina (países seleccionados): resultados de la encuesta sobre las medidas de facilitación del comercio para PYMES, 2017 .....	21
Gráfico 3	América Latina (países seleccionados): Resultados de la encuesta sobre la implementación de medidas de comercio sin papel, 2017 .....	21
Gráfico 4	Corea: Número de comerciantes que utilizan la ventanilla única nacional, 1995-2018.....	29

## Diagramas

Diagrama 1	Corea: relaciones complementarias entre el Sistema Aduanero Electrónico y la ventanilla única .....	18
Diagrama 2	Corea: historia del desarrollo del sistema aduanero, 1974-2011 .....	23
Diagrama 3	Cambio de paradigma con la introducción de la gestión de riesgos.....	24
Diagrama 4	Corea: ventanilla única de aduanas basada en internet.....	25
Diagrama 5	Corea: servicio goGlobal.....	32
Diagrama 6	Limitaciones, oportunidades y mejores prácticas para la internacionalización de las PYMES.....	40

**Acrónimos**

AFC	Acuerdo sobre Facilitación del Comercio
APEC	Foro de Cooperación Económica de Asia Pacífico
API	Interfaz de Programación de Aplicaciones
ASEAN	Asociación de Naciones del Sudeste Asiático
BL	Conocimiento de embarque
B2B	Empresa a Empresa
B2C	Empresa a Consumidor
B2G	Empresa a Gobierno
CC	Certificado de Compra
CELAC	Comunidad de Estados Latinoamericanos y Caribeños
CEPAL	Comisión Económica para América Latina y el Caribe
CNFC	Comité Nacional de Facilitación del Comercio
CRM	Gestión de las Relaciones con Clientes
CSI	Iniciativa de Seguridad de Contenedores
EDI	Intercambio Electrónico de Datos
ERP	Sistema de Planificación de Recursos Empresariales
G2G	Gobierno a Gobierno
IED	Inversión Extranjera Directa
ITC	Centro de Comercio Internacional
IVA	Impuesto sobre valor agregado
K-BIZ	Federación de PYMES de Corea
KCS	Servicio de Aduanas de Corea
KITA	Asociación Coreana de Comercio Internacional
KOTRA	Agencia para la Promoción del Comercio e Inversiones de Corea
KTIC	Corporación de Seguros Comerciales de Corea
KTNET	Red Comercial de Corea
LMS	Sistema de gestión de aprendizaje
L/C	Carta de crédito
MIPYMES	Micro, pequeñas y medianas empresas
MOFA	Ministerio de Relaciones Exteriores
MSS	Ministerio de PYMES y Emprendimientos
NACCS	Sistema Japonés Consolidado y Automatizado de Carga y Puertos
NTS	Servicio Nacional de Impuestos de Corea

OAG	Otras Autoridades Gubernamentales
OCDE	Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico
OCICE	Operador Comercial de Infraestructura de Comercio Electrónico
OEA	Operador Económico Autorizado
OMA	Organización Mundial de Aduanas
OMC	Organización Mundial del Comercio
ONU	Organización de las Naciones Unidas
OPE	Organismo de Promoción de Exportaciones
PAA	Alianza Panasiática de Comercio Electrónico
PYMES	Pequeñas y Medianas Empresas
SBC	Corporación para pequeñas y medianas empresas
SCM	Gestión de la Cadena de Suministro
SEA	Sistema Electrónico Aduanero
SIDUNEA	Sistema Aduanero Automatizado de la UNCTAD
SMBC	Corporación para empresas medianas y pequeñas
TI	Tecnología de la Información
TIC	Tecnologías de la Información y las Comunicaciones
UCP	Costumbres y Prácticas Uniformes para los Créditos Documentales de la Cámara de Comercio Internacional
UNCEFACT	Centro de las Naciones Unidas para la Facilitación del Comercio y el Comercio Electrónico
UNCTAD	Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo
UNECE	Comisión Económica de las Naciones Unidas para Europa
UNESCAP	Comisión Económica y Social de las Naciones Unidas para Asia y el Pacífico
UTH	uTradeHub
VAN	Redes de Valor Agregado
VUCE	ventanilla única de comercio Exterior
W3C	Consortio World Wide Web

## Resumen

La internacionalización de las PYMES puede verse limitada por diferentes obstáculos y barreras, tanto internas como externas a la empresa. El reciente auge de herramientas digitales abre nuevas oportunidades de negocios para las PYMES y facilitan su proceso de internacionalización. En este sentido, las herramientas de pago y financiamiento basadas en tecnologías de información, el comercio sin papel y el comercio electrónico transfronterizo reducen los costos y riesgos comerciales y también reducen restricciones relacionadas con el idioma o la necesidad de tener presencia local en los mercados de exportación.

En la República de Corea, el desarrollo e implementación de su Plataforma Nacional de Comercio sin Papel (uTradeHub) ha sido un apoyo a la internacionalización de las PYMES. La uTradeHub incluye los servicios básicos de una ventanilla única de comercio (trámites y procedimientos relacionados con las formalidades de comercio exterior), además de una variedad de servicios de valor agregado (e.g. servicios logísticos y financieros), lo que ha hecho que la plataforma sea atractiva para todo tipo de usuarios, especialmente para las PYMES, quienes representan más del 99% del total de los usuarios.

El caso coreano sugiere que la utilización de la ventanilla única de comercio por parte de las PYMES podría incentivarse mediante la adopción de nuevas tecnologías que reducen considerablemente el costo para acceder a servicios de valor agregado, asegurando que sean estas empresas quienes más se benefician de esta herramienta. El emplear tecnología de vanguardia permite desarrollar una interfaz amigable y conveniente para los usuarios, lo que podría convertirse en un incentivo para que las PYMES utilicen la plataforma. Además, para promover el uso de la ventanilla única de comercio por parte de las PYMES, se requiere diseñar e implementar servicios diferenciadores y que realmente proporcionen valor agregado a estas empresas.

La experiencia de la República de Corea ofrece una serie de buenas prácticas importantes en lo que concierne al marco legal y la reingeniería de los procedimientos comerciales, que se conjugaron con la adopción de la tecnología adecuada para el funcionamiento estable de la ventanilla única de comercio e incentivar la participación de los comerciantes. Otras lecciones valiosas para la implementación y operación de la ventanilla única de comercio, que pueden ser de gran interés para América Latina, están



relacionadas con el marco institucional, el esquema financiero para la inversión y la operación de la ventanilla única de comercio, el consenso entre los diferentes interesados públicos y privados y un programa de capacitación y educación oportuno para los usuarios.

Generalmente, el organismo de promoción de exportaciones es la institución que brinda el mayor apoyo a la internacionalización de las PYMES. Considerando que la gran mayoría de los países de América Latina y el Caribe cuentan con un organismo de promoción de exportaciones, la cooperación y coordinación entre esta entidad y la ventanilla única de comercio en el campo de la capacitación, los eventos de promoción de exportaciones, la búsqueda de mercados y otras actividades podrían potenciar las exportaciones de las PYMES de una manera importante. Sin lugar a duda, la ventanilla única de comercio puede ser un instrumento potente que contribuye al crecimiento económico por medio de la facilitación del comercio y el apoyo a la internacionalización de las PYMES a través de la simplificación de los procedimientos comerciales y un entorno amigable para este tipo de empresas.

## Introducción

Las Pequeñas y Medianas Empresas (PYMES) ocupan un papel importante en la economía de la República de Corea. Para el año 2017, las PYMES representaron el 99,9% del total de las empresas, fueron responsables del 80,7% del total de los empleos y el 33,6% del valor total de las exportaciones (Ministerio de PYMES y Emprendimientos, *Ministry of SMEs and Startups*, MSS).

Desde hace varias décadas, las PYMES coreanas han recibido apoyo del sector público para mejorar su innovación e inserción internacional y elevar su productividad, apoyo que actualmente se coordina desde el MSS<sup>1</sup>. Una de las prioridades de estas iniciativas públicas ha sido la incorporación de tecnologías de la información y la comunicación (TIC) en las PYMES. Otros ministerios y entidades gubernamentales, como el Ministerio de Relaciones Exteriores (Ministry of Foreign Affairs, MOFA), también promueven la internacionalización de estas empresas.

Por su larga experiencia respecto a los programas de apoyo para las PYMES, el gobierno de Corea busca compartir con otros países buenas prácticas en esta materia. Mediante el proyecto CORPYME, este gobierno y la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) acordaron en el 2018 colaborar en la promoción de la internacionalización de las PYMES a través de la ventanilla única electrónica y el comercio sin papel en los estados miembros de la Comunidad de Estados Latinoamericanos y Caribeños (CELAC).

En este contexto, este informe revisa buenos arreglos institucionales y técnicos en Corea para promover el uso de la ventanilla única para el comercio exterior (VUCE) por parte de las empresas en general y las PYMES en particular. Este documento consta de 3 partes. La primera recapitula los desafíos que enfrentan las PYMES en su proceso de internacionalización y cómo la tecnología ofrece nuevas oportunidades. La segunda revisa el estado actual de la ventanilla única y el comercio sin papel y su utilización por parte de las empresas en general, y las PYMES en particular, en la República de Corea. La

---

<sup>1</sup> En 2017, este ministerio reemplazó a la Administración de Pequeñas y Medianas Empresas (Small and Medium Business Administration, SMBC), agencia adscrita al Ministerio de Comercio, Industria y Energía de Corea desde 1996.

tercera parte provee algunas recomendaciones para adaptar las ventanillas únicas en los países de América Latina a las necesidades de las PYMES.

## A. Obstáculos para la internacionalización de las PYMES

La internacionalización de las PYMES permite reforzar su competitividad, crecimiento y productividad. Para lograr su internacionalización, las PYMES pueden emplear distintas modalidades: (i) la exportación directa o indirecta, (ii) la inversión extranjera directa (IED), y (iii) la asociación estratégica para la concesión de licencias o franquicias. De estas tres, la exportación de bienes es la manera más común.

La competitividad internacional de las PYMES puede verse afectada por diferentes obstáculos, los cuales pueden agruparse en tres niveles. El primer nivel son las reducidas capacidades propias de la empresa para los negocios internacionales. Algunos ejemplos son el limitado acceso a la investigación de mercado, el poco capital de trabajo, la baja productividad de los empleados y el reducido conocimiento. Con respecto a este último tema, Mejri y Umamoto (2010) proponen un modelo holístico, donde varios tipos de conocimiento (el mercado, la red, la cultura y la empresa) explican una parte del grado de internacionalización de las PYMES.

El segundo nivel corresponde al microentorno de la empresa, como el acceso a internet o el acceso al financiamiento. En contraste con las grandes empresas, el entorno empresarial es especialmente importante para las PYMES, puesto que las empresas más pequeñas tienden a tener menos recursos para compensar posibles fallas o carencias en su entorno. En particular, el acceso al crédito es una limitación clave para la internacionalización de las PYMES según varios estudios. En muchos países, los gobiernos no han tomado medidas específicas para atender las necesidades financieras de las PYMES (Freund, Hufbauer y Jung, 2016).

Las PYMES normalmente son reticentes a proporcionar crédito a un comprador extranjero, ya que es difícil hacer cumplir un acuerdo en caso de conflicto. Por esta razón, y debido al alto nivel de riesgo, las empresas pequeñas utilizan compañías comerciales o "*trading companies*", quienes pueden reducir el precio fijo reuniendo a pequeñas empresas.

Duval y Utoktham (2014) señalan que, para las PYMES exportadoras, tanto a nivel mundial como en la región de Asia-Pacífico, el acceso al financiamiento era el principal obstáculo para sus operaciones comerciales. Así, casi el 60% de las PYMES exportadoras de Asia-Pacífico dependen exclusivamente del financiamiento interno, mientras que solo el 40% accede a financiamiento externo. Entonces, el variado acceso a fuentes de financiamiento externas para el comercio incide directamente en la posibilidad de impulsar las exportaciones y, de manera indirecta, crea mejores oportunidades para que las PYMES participen en la red de gestión de la cadena de suministro<sup>2</sup>.

El tercer nivel es el entorno nacional (como las políticas de facilitación del comercio, la infraestructura de comercio sin papel y la competencia) e internacional (como las barreras arancelarias y no arancelarias en los mercados de exportación y las diferencias culturales) (Asia-Pacific Economic Cooperation, APEC, 2011; International Trade Centre, ITC, 2016). Los servicios de logística son cruciales para la competitividad de las empresas, puesto que aseguran que el producto llegue al comprador con costos y plazos razonables. Como las PYMES no tienen los recursos para realizar operaciones logísticas internas, dependen de proveedores de logística externos y la calidad de la infraestructura existente<sup>3</sup>. En

---

<sup>2</sup> Duval y Utoktham (2014) también encontraron que una reducción en los tiempos del despacho de aduanas aumentaba relativamente más la probabilidad de participación en la exportación para las PYMES que para las grandes empresas.

<sup>3</sup> Las empresas multinacionales exportan grandes valores con bajos costos fijos por unidad de venta. Al contrario, las PYMES exportan bajos valores con elevados costos fijos por unidad. En consecuencia, la exportación no es rentable para muchas PYMES.

este sentido, la reducción de las demoras en los procedimientos de exportación beneficia sobre todo a los pequeños exportadores<sup>4</sup> (Hoekman y Shepherd, 2015).

Diversos estudios han identificado ciertos factores como barreras para la internacionalización de las PYMES. Primero, una encuesta del Centro de Comercio Internacional (CCI) (2015) proporciona una lista de costos fijos relacionados con el comercio: (i) acceder a información sobre oportunidades de exportación; (ii) superar las medidas no arancelarias (e.g. regulaciones sanitarias o de seguridad, normas técnicas); (iii) lidiar con complicados procedimientos fronterizos; (iv) establecer sistemas de transporte para la entrega a los clientes extranjeros; y (v) la contratación de infraestructura de la red (e.g. TIC, electricidad y agua).

Segundo, una encuesta de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) y el Foro de Cooperación Económica de Asia Pacífico (APEC, por sus siglas en inglés) (2006) sobre la internacionalización de las PYMES señala que las barreras a la internacionalización generalmente se centran alrededor de las capacidades, las finanzas y el acceso. En 2019, Deborah Elms, jefa del Centro de Comercio para Asia, mencionó cuatro desafíos que enfrentan las PYMES para internacionalizarse en Asia-Pacífico: (i) la logística para paquetes pequeños; (ii) la prestación de servicio a través de digital; (iii) participación de las PYMES en el movimiento ambiental mundial; y (iv) sistema de pago electrónico aplicable a través de las fronteras<sup>5</sup>.

El cuadro 1 resume los cuellos de botella internos y externos para la internacionalización de las PYMES a partir de los estudios mencionados. Algunas restricciones que enfrentan las PYMES para su internacionalización no pueden separarse claramente en retos internos o externos a las empresas. De este modo, cada restricción identificada tiene causas que se originan simultáneamente al interior de las empresas y en el entorno externo. Por ejemplo, el personal no capacitado y el desconocimiento sobre los procedimientos de despacho aduanero se consideran retos internos a las empresas. Sin embargo, también puede responder a una falla de las agencias gubernamentales relacionadas, como los Organismos de Promoción de Exportaciones (OPE), en la entrega de información adecuada de manera eficiente y en la sensibilización de los potenciales beneficiarios.

**Cuadro 1**  
**Limitantes a la internacionalización de las PYMES**

Limitaciones	Descripción	Interna	Externa
Información limitada (incertidumbre)	La limitada información de mercados externos de la que disponen las PYMES desincentiva su internacionalización. Gracias al AFC de la OMC, muchos gobiernos publican leyes y reglamentos nacionales en línea.	○	○
Acceso limitado al financiamiento	La mayor limitación de las PYMES es el acceso al financiamiento. Muchas ventanillas únicas no consideran este tema como una tarea del gobierno.	○	○
Limitada fuerza laboral calificada en negocios internacionales	La fuerza laboral de las PYMES tiene pocas habilidades en negocios internacionales, tales como la elaboración de documentos de embarque, despachos de aduanas y negociación.	○	○
Sistemas logísticos y de entrega ineficientes	En las cadenas globales de valor, se requiere empresas competitivas en precios y entrega a tiempo de sus productos. Un sistema logístico nacional ineficiente aumenta el costo y tiempo, reduciendo la competitividad de las PYMES en los mercados internacionales.		○

<sup>4</sup> El Acuerdo sobre Facilitación del Comercio (AFC) de la Organización Mundial de Comercio (OMC) aborda algunos de los desafíos que enfrentan las PYMES en los países en desarrollo, como la administración aduanera ineficiente. No obstante, algunas innovaciones de facilitación del comercio que pueden ayudar a que las PYMES no se reflejan en el AFC (Tavengerwei, 2018).

<sup>5</sup> Intervención de Deborah Elms, Fundadora del Asian Trade Centre, durante la 6ta Semana de Comercio e Inversión Asia-Pacífico, marzo de 2019.

Limitaciones	Descripción	Interna	Externa
Complejos procedimientos de exportación	El tiempo y costo necesarios para completar los documentos comerciales y cumplir con las regulaciones aplicables representa gran parte del costo comercial y este reduce la competitividad de las PYMES en los mercados internacionales.		○
Asistencia e incentivos gubernamentales insuficientes o ineficientes	El apoyo e incentivos del OPE pueden mejorar la dinámica de las exportaciones (nuevos productos, nuevos exportadores, nuevos mercados). No obstante, muchas veces los apoyos están fragmentados y poco coordinados con otras agencias gubernamentales.		○
Barreras no arancelarias (regulaciones sanitarias o de seguridad, normas técnicas)	Las barreras no arancelarias son uno de los principales obstáculos que enfrentan las PYMES en su proceso de internacionalización. Inicialmente, las barreras no arancelarias provienen de la ausencia de información sobre el mercado de destino, pero también están relacionadas con limitaciones en el presupuesto y la capacidad técnica y laboral de las PYMES para obtener las certificaciones o permisos necesarios.		○
Aranceles e impuestos	El arancel sobre los bienes importados reduce la competitividad del exportador, especialmente de las PYMES. La competitividad de las PYMES es más vulnerable a los factores que aumentan los costos.		○
Infraestructura TIC	Las TIC han sido clave para aumentar la eficiencia y la transparencia empresarial, mejorar el acceso a la información y disminuir los tiempos y costos. Las PYMES con una insuficiente infraestructura TIC tendrán dificultades para incrementar su competitividad en los mercados extranjeros. Los servicios mejorados de gobierno electrónico se han convertido en una infraestructura nacional TIC que aumenta la competitividad general de las PYMES.		○

Fuente: Elaboración propia.

En 2015, la Organización de las Naciones Unidas (ONU) lanzó su nueva Agenda para el Desarrollo Sostenible que busca alcanzar 17 Objetivos para el año 2030. Los objetivos 8 (trabajo decente y crecimiento económico) y 9 (industria, innovación e infraestructura) se dirigen a las PYMES en los países en desarrollo. La ONU tiene como objetivo mejorar el acceso de las PYMES a los servicios financieros y a las cadenas globales de valor. Sobre el particular, la Agenda de Acción de Addis Abeba de la Tercera Conferencia Internacional para el Financiamiento para el Desarrollo de Naciones Unidas sugiere regulaciones financieras más flexibles para las PYMES, incentiva a los bancos nacionales de desarrollo a financiar a las PYMES y enfatiza el impacto significativo de la facilitación del comercio en las PYMES.

## B. Medios y herramientas digitales para la internacionalización de las PYMES

Varios medios y herramientas digitales facilitan la internacionalización de las PYMES. Estos incluyen el comercio electrónico transfronterizo, herramientas de pago basadas en TIC y el comercio sin papel. Cada una se revisa brevemente a continuación.

### 1. Comercio electrónico transfronterizo

Entre 2011 y 2014, la entrega global de pequeños paquetes aumentó un 48%, lo que sugiere que el comercio electrónico transfronterizo creció más rápido que el comercio tradicional de bienes (Meltzer, 2015). Debido a esta tendencia, las ventas de comercio electrónico transfronterizo de empresa a empresa (*Business to business*, B2B) alcanzaron 2 billones de dólares en 2014, mientras que las ventas de comercio electrónico transfronterizas de empresa a consumidor (*Business to consumer*, B2C) podrían llegar a 1 billón de dólares en el 2020 (Manyika y otros, 2016).

El comercio electrónico abre nuevas oportunidades de negocios internacionales para las PYMES. A su vez, este puede reducir los costos comerciales y los riesgos en las transacciones transfronterizas. Además, elimina en varios casos las barreras del idioma y la necesidad de tener presencia local en los mercados de exportación. Las plataformas en línea (como Alibaba, Amazon y eBay) ofrecen mercados en los que los compradores y los vendedores pueden acceder a servicios en línea y servicios auxiliares (e.g. el pago de depósito en garantía). Asimismo, permiten a las PYMES anunciar y vender bienes y servicios de bajo valor en mercados extranjeros sin incurrir en grandes costos.

Las PYMES que están familiarizadas con el comercio electrónico muestran una mayor tendencia a exportar. Por ejemplo, el 97% de las empresas que emplean la plataforma de Amazon son empresas exportadoras, mientras que solo el 4% de las PYMES son empresas exportadoras que aún utilizan plataformas no digitales (Bieron, Melin y Elias, 2016). En 2016, la Agencia de Promoción de PYMES de Corea realizó una encuesta donde se evidenció que 1.688 PYMES ya habían experimentado con el comercio electrónico interno y 766 ya tenían experiencia en exportación. Además, de este último grupo de empresas, 644 PYMES manifestaron un gran interés en continuar exportando a través del comercio electrónico.

En su Informe Perspectivas de Competitividad de las PYMES, el CCI (2018) considera la infraestructura local como un elemento clave del ecosistema empresarial de los exportadores. La infraestructura digital y el transporte local de alta calidad son una condición necesaria para emplear nuevas tecnologías impulsadas digitalmente para el comercio internacional. El informe hace énfasis en la revolución de las plataformas digitales, hecho que ha cambiado la forma en cómo las empresas se conectan con los demás, ya sean compradores, proveedores, pares o instituciones de apoyo en el país y en el extranjero.

El comercio electrónico es una innovación cuando se introduce a un nuevo entorno en un mercado emergente o cuando es adoptado por una nueva categoría de industrias usuarias. A medida que la gestión tecnológica evoluciona, se requiere adaptación empresarial, aprendizaje organizacional y un entorno que conduzca a una amplia difusión y un impacto transformador (Hanna, 2016).

Por su parte, la UNCTAD (2017) afirmó que el comercio electrónico es crucial para que las PYMES accedan a nuevos mercados, tanto locales como de exportación, y participen en las cadenas globales de valor. De igual modo, señaló que las PYMES enfrentan grandes desafíos en esta materia, incluidos la baja disposición y preparación hacia el comercio electrónico, la carencia de habilidades y la falta de acceso a la financiación.

## **2. Herramientas de pago basadas en TIC: un financiamiento alternativo para las PYMES**

El acceso a servicios financieros es crucial para el crecimiento de una empresa. La falta de acceso a estos servicios sigue restringiendo la expansión de muchas PYMES. Esto se debe a que los bancos, que proveen la mayoría de estos servicios, a menudo aplican requisitos muy estrictos, complejos procesos y elevadas tarifas. A nivel mundial, más de la mitad de las solicitudes de financiamiento para el comercio de las PYMES son rechazadas, en comparación con tan solo el 7% en el caso de las empresas multinacionales (OMC, 2016).

Si bien la banca tradicional sigue siendo la principal fuente de crédito, han surgido nuevos métodos de financiamiento. Las soluciones de pago basadas en las TIC y las finanzas alternativas están creciendo en todas las regiones del mundo, especialmente en Asia y América del Norte. China es el principal mercado financiero alternativo a nivel global, mientras que África y el Oriente Medio aún tienen potencial para crecer. Este tipo de soluciones se adaptan a contextos específicos, incluso para PYMES poco digitalizadas.

Los servicios de pago en línea como Alipay y PayPal desempeñan un papel intermediario fundamental al reducir el riesgo de pago en pequeñas transacciones transfronterizas. Estos servicios incluyen el financiamiento de la cadena de suministro y soluciones basadas en TIC. Dichas soluciones permiten pagos y servicios de transferencia de dinero en línea, así como el acceso a crédito para las PYMES basado en su historial de transacciones e incluso de sus ahorros. Aunque todavía está en su etapa inicial, también ha habido una adopción de la tecnología de cadena de bloques o “*blockchain*” en el financiamiento al comercio en algunos países.

Existen diversos casos donde las ventanillas únicas de comercio, o las plataformas nacionales de comercio sin papel, incluyen algún tipo de servicio relacionado con el financiamiento al comercio. Por ejemplo, en Corea y Taiwán (Provincia de China), los proveedores del servicio de comercio sin papel utilizan la información del despacho de aduanas para el financiamiento del comercio, permitiendo que los bancos accedan a la plataforma y verifiquen el estado de la exportación y el número de permisos emitidos por la Aduana. De esta forma, los bancos pueden reducir el riesgo al proporcionar financiamiento para el comercio a un exportador.

### 3. Comercio sin papel: herramienta de facilitación del comercio para las PYMES

El comercio sin papel implica realizar transacciones comerciales sobre la base del intercambio electrónico de datos y documentos relacionados con el comercio, en contraste con la forma convencional de intercambiar información comercial utilizando documentos en papel. El comercio sin papel, o “e-Trade”, ahorra costos y tiempos. A su vez, contribuye a agilizar los procedimientos comerciales y representa uno de los componentes del comercio electrónico transfronterizo.

El comercio sin papel se puede usar para transacciones B2B, empresa a gobierno (*Business to government*, B2G) o gobierno a gobierno (G2G). El comercio sin papel B2B ha sido ampliamente adoptado en el sector privado, en particular por las empresas multinacionales, para mejorar el desempeño de su cadena de suministro. Empresas en la industria automotriz (como BMW<sup>6</sup>, Chrysler, General Motors y Mercedes Benz), en la industria de distribución y venta minorista (como Walmart) y la industria de semiconductores (como Intel y Samsung) han implementado el Intercambio Electrónico de Datos (*Electronic data interchange*, EDI) para incrementar la eficiencia en la gestión de la cadena internacional de suministros. Los sistemas de comercio sin papel pueden tomar diversas formas, desde un sistema básico de intercambio de información hasta sistemas más sofisticados donde se manejan múltiples procesos de transacciones comerciales.

La región de Asia-Pacífico alberga varias iniciativas de comercio sin papel a nivel bilateral y, particularmente, a nivel subregional. Muchos países han implementado diferentes formas de sistemas de comercio sin papel, incluyendo la ventanilla única de comercio. La mayoría de las iniciativas nacionales en la región adoptaron un enfoque evolutivo, en lugar de la implementación inicial de sistemas avanzados de comercio sin papel, comenzando normalmente con la automatización del proceso comercial y evolucionado en sistemas con funciones avanzadas como la ventanilla única de comercio.

Un ejemplo de estas iniciativas es el Sistema Nipón Consolidado y Automatizado de Carga y Puertos (NACCS, por sus siglas en inglés), el cual funciona como la ventanilla única de comercio en Japón. Este sistema comenzó con la automatización de los procesos comerciales regulatorios a finales de los noventa. Después de finalizar esta primera etapa, y por mandato del gobierno, el NACCS avanzó hacia la interconexión con los sistemas de otras agencias gubernamentales en la década del 2000. El NACCS habilitó servicios integrales para la comunidad de comerciantes relacionados con el cumplimiento de los requisitos

---

<sup>6</sup> El grupo BMW ha utilizado el EDI con sus más de 12.000 proveedores locales y extranjeros para el desarrollo de sus cadenas de suministro. Asimismo, está incentivado a sus proveedores de primer nivel para exigir la implementación de estándares a lo largo de toda la cadena de suministro para promover los requisitos de sostenibilidad entre sus respectivos proveedores y subproveedores (véase [www.bmw.com](http://www.bmw.com)).

regulatorios. Como resultado, el NACCS ha contribuido a reducir el tiempo del despacho de aduanas en más de un tercio entre 1991 y 2009, mientras que el número de declaraciones de importación aumentó más de tres veces en el mismo periodo (Sawafuji, 2011). El NACCS continúa mejorando sus servicios, incluyendo la conectividad transfronteriza al convertirse en miembro de la Alianza Panasiática de Comercio Electrónico (PAA, por sus siglas en inglés).

En la mayoría de los sistemas de comercio sin papel implementados a nivel nacional en Asia, el flujo de información comercial sin papel generalmente no continúa a lo largo de la cadena de suministro internacional, siendo interrumpido en las fronteras por las exigencias de seguir las prácticas de transacciones comerciales basadas en papel. Cuando se habilita el comercio sin papel transfronterizo, la información comercial puede fluir a través de las fronteras en toda la operación de una cadena de suministro internacional.

La adopción de medidas de comercio sin papel puede ahorrar costos directos e indirectos para las empresas, como lo demuestran varios estudios. Por ejemplo, el sistema nacional de comercio sin papel en Corea y Hong Kong logró un ahorro para la comunidad empresarial en alrededor de 1.82 mil millones de dólares estadounidenses y \$1.3 mil millones de dólares de Hong Kong, respectivamente (Ha y Lim, 2014).

Un estudio de la Comisión Económica y Social de las Naciones Unidas para Asia y el Pacífico (UNESCAP, por sus siglas en inglés) señala que cuando se trata de comercio sin papel transfronterizo, el ahorro total de costos directos en todo el comercio es de aproximadamente 1.000 millones de dólares anuales para una reforma parcial y 7.000 millones de dólares anuales para una implementación completa, sin mencionar que el tiempo requerido para exportar se reduciría entre un 24% y un 44%, y el costo entre un 17% y un 31%, dependiendo del escenario de reforma contemplado (UNESCAP, 2014).

Por otra parte, Duval y Utoktham (2014) encontraron que el uso de TIC fue el factor más importante para incrementar la probabilidad de participación de las PYMES, a nivel mundial y en Asia, tanto en las exportaciones directas como indirectas. Sin embargo, existen barreras para la adopción de innovaciones tecnológicas para las PYMES.

Finalmente, Oh, Anderson y Cruickshank (2012) sugieren que las barreras para la adopción del comercio electrónico, o para la continuidad de su uso, por parte de las PYMES pueden categorizarse según: i) la percepción de los riesgos; y ii) la percepción del entorno interno y externo de la empresa. El estudio demuestra la influencia positiva de las percepciones sobre el riesgo asociado con la madurez de la innovación. También sugiere que el gobierno y otros organismos que deseen promover procesos tecnológicos nuevos y más eficientes deben considerar un sistema de seguros para los usuarios del sistema de comercio electrónico. El riesgo de adoptar el sistema de comercio electrónico está relacionado con la falta de innovación en la organización.

El cuadro 2 resume algunas oportunidades que ofrece las TIC para la promover y apoyar la internacionalización de las PYMES.



**Cuadro 2**  
**Oportunidades para la internacionalización de las PYMES**

Oportunidades	Descripción	Interna	Externa
Plataformas de comercio digitales	Un mercado electrónico permite a las PYMES realizar comercio transfronterizo con un mínimo de esfuerzo y recursos. Tradicionalmente, el comercio internacional ha sido para transacciones B2B, pero los mercados electrónicos han habilitado las transacciones transfronterizas B2C. Con los registros de transacciones y otros servicios de valor agregado en los mercados electrónicos, las PYMES pueden superar las desventajas que solían tener en los negocios fuera de línea (off-line).	○	○
Financiamiento alternativa y herramientas de pago basadas en TIC	Los servicios de pago basados en TIC y el financiamiento alternativo desempeñan un papel intermedio fundamental al reducir el riesgo en pequeñas transacciones transfronterizas y están creciendo en todas las regiones. Dichas soluciones permiten pagos y servicios de transferencia de dinero en línea y facilitan el financiamiento para las PYMES.		○
Comercio sin papel para PYMES	El comercio sin papel y la ventanilla única están incluyendo un número creciente de actividades comerciales. Los servicios de la ventanilla única para las PYMES no son comunes, pero el número de casos está aumentando.		○

Fuente: Elaboración propia.

# I. La ventanilla única y el comercio sin papel para la internacionalización de las PYMES

## A. Definiciones y comparaciones relacionadas con la ventanilla única

La definición más común de la ventanilla única de comercio es aquella proporcionada por la Recomendación No. 33 de la Comisión Económica de las Naciones Unidas para Europa (*United Nations Economic Commission for Europe, UNECE*)/Centro de las Naciones Unidas para la Facilitación del Comercio y el Comercio Electrónico (UNCEFACT) —Recomendaciones y directrices para el establecimiento de una ventanilla única de 2005. Este documento describe la ventanilla única de comercio como “una instalación que permite a las partes involucradas en el comercio y el transporte presentar información y documentos estandarizados con un único punto de entrada para cumplir con todos los requisitos reglamentarios relacionados con la importación, la exportación y el tránsito. Si la información es electrónica, los elementos de datos individuales solo se deben enviar una vez”.

Las ventanillas únicas pueden clasificarse por la agencia que la lidera o por el alcance de los servicios que presta. Si la aduana es la agencia líder, la ventanilla única podría catalogarse como ventanilla única de aduanas. Si el responsable es otro ministerio o entidad, como el ministerio de comercio o el ministerio de economía, la ventanilla única podría denominarse ventanilla única de comercio B2G o ventanilla única de comercio. Normalmente, la ventanilla única de comercio involucra un concepto más amplio que la ventanilla única de comercio B2G, puesto que la primera incluye casi todos los procedimientos comerciales (e.g. aduanas, logística, bancarios), mientras que la segunda se centra en la emisión en línea de licencias y certificados. Muchos países han implementado una ventanilla única para la facilitación del comercio (véase el cuadro 3).

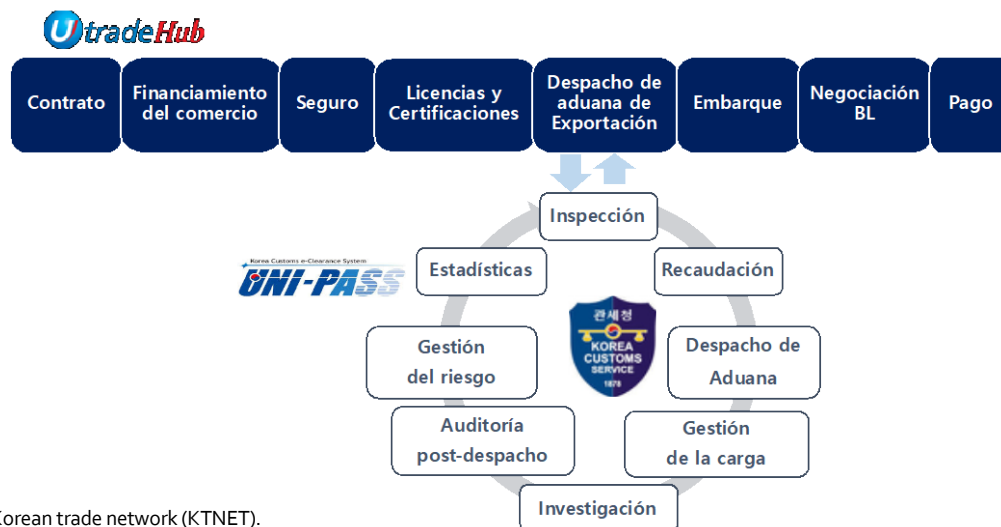
**Cuadro 3**  
**Países y regiones: ejemplos de ventanillas únicas, 2014**

Tipo de Iniciativa	Países y ejemplos	
Nacional	Ventanilla única (en funcionamiento)	Azerbaiyán, Chile, Colombia, Corea, Filipinas, Indonesia, Japón, Kirguistán, Malasia, México, Perú, Singapur y otros
	Ventanilla única (en construcción)	India, Kazajistán, Mongolia, Rusia, Tayikistán, Turquía, Uzbekistán y otros
	Otros sistemas de comercio sin papel	- Sistema Electrónico de Aduanas de India (ICES, por sus siglas en inglés) - Plataforma E-Ports de China - Red de Comercio Digital y Transporte de Hong Kong (DTTN, por sus siglas en inglés) - Sistema de aduana única basada en la Web de Pakistán (WeBOC, por sus siglas en inglés)
Transfronterizo (bilateral)	- Certificados de Origen Electrónico entre Corea y Taiwán (Provincia de China) - Intercambio Electrónico de Certificado de Origen Preferencial entre los miembros de la Asociación de Naciones del Sudeste Asiático ( <i>Association of Southeast Asian Nations</i> , ASEAN) - Intercambio Electrónico de datos del Certificado de Origen Preferencial entre Corea y China - Intercambio Electrónico de Certificados Sanitarios y Fitosanitarios entre Australia y Nueva Zelanda	
Transfronterizo (regional/mundial)	- Ventanilla única de la ASEAN - Territorio Aduanero Único de la Comunidad Africana Oriental - Alianza del Pacífico (Chile, Colombia, México and Perú) - PAA	

Fuente: Elaboración propia a partir de Ha y Lim (2014), ADB Working Paper Series on Regional Economic Integrations, No. 137.

Es frecuente que el sistema electrónico aduanero, o “e-Customs”, se confunda con la ventanilla única de comercio. Debido a su importancia, la aduana es la autoridad reguladora más influyente en los procedimientos de comercio exterior en todos los países. Ejemplos de sistemas electrónicos aduaneros son el Sistema Aduanero Automatizado (SIDUNEA) de la UNCTAD y el sistema UNI-PASS del Servicio de Aduanas de Corea (*Korean Customs Service*, KCS, por sus siglas en inglés). Estos sistemas usualmente son complementarios a la ventanilla única de comercio. El diagrama 1 muestra los roles y complementariedades entre la ventanilla única de comercio y el sistema electrónico aduanero de Corea.

**Diagrama 1**  
**Corea: relaciones complementarias entre el Sistema Aduanero Electrónico y la ventanilla única**



Fuente: Korean trade network (KTNET).

**Cuadro 4**  
**Corea: comparación entre sistema electrónico aduanero, vantanilla única de Aduanas**  
**y ventanilla única de comercio**

	Sistema electrónico aduanero	Ventanilla única de aduanas / Ventanilla única de comercio B2G	Ventanilla única de comercio
Propósito	Despacho aduanero electrónico	1) La ventanilla única de Aduanas es, desde el punto de vista de Aduanas, el enlace a Otras Autoridades Gubernamentales (OAG) para emitir licencias y certificaciones relacionadas con la importación y exportación en línea 2) La ventanilla única de comercio B2G proporciona servicios electrónicos de licencia y certificación desde diferentes plataformas fuera de la Autoridad Aduanera	Automatización de todo el procedimiento comercial en línea, incluyendo Aduanas, Logística, Banca y Finanzas, Comercio B2B y Licencias y Certificaciones
Etapa del comercio sin papel	1ra etapa	2da etapa	4ta y 5ta etapa
Alcance del servicio	Administración aduanera	Extensión a la solicitud y emisión de licencias y certificaciones de OAG	Aduanas, Logística, Comercio B2B, Banca y Financiamiento del comercio, Licencias y Certificaciones
Principales usuarios	Aduanas, Agentes de Aduana, Solicitantes del sector privado	OAG, Aduanas, Agentes de Aduana, Solicitantes del sector privado	Comerciantes, Empresas de Logística, Instituciones Financieras, Bancos, Cámaras de Comercio, Asociaciones Industriales, OAG, Aduanas, Agentes de Aduana
Funciones Sistema Electrónico Aduanero (SEA)	Declaración (exportación, importación, tránsito, temporal, transporte de pasajeros) Manifiesto y gestión de carga Arancel, Código arancelario, Valoración Gestión de riesgos, cumplimiento, auditoría posterior al despacho aduanero Pago de impuestos Estadísticas e informes	Enlace al SEA  Enlace al SEA Enlace al SEA Enlace al SEA  Pago y facturación de servicios Almacén de datos	Enlace al SEA  Enlace al SEA Enlace al SEA Enlace al SEA  Pago y facturación de servicios Almacén de datos
Licencias y Certificaciones	Ninguna  Ninguna  Ninguna  Ninguna  Ninguna	Portal web externo para solicitantes  Portal web interno para la administración gubernamental Ninguna  Aplicación (modificación) para licencias y certificaciones Aprobación (rechazo) de licencias y certificaciones Estadísticas y base de datos Almacenamiento digital	Portal web externo para solicitantes  Portal web interno para la administración gubernamental Certificado de Origen electrónico Aplicación (modificación) para licencias y certificaciones Aprobación (rechazo) de licencias y certificaciones Estadísticas y base de datos Almacenamiento digital
Comercio B2B Logística	Ninguna Ninguna Ninguna  Ninguna  Ninguna	Ninguna Ninguna Ninguna  Ninguna  Ninguna	Orden de compra, Factura Solicitud de embarque Documento de transporte (BL) electrónico Seguimiento de carga y visibilidad Sistema de manifiesto automatizado para la Iniciativa de Seguridad de Contenedores ( <i>Container security initiative</i> , CSI) Información anticipada del pasajero
Financiamiento del comercio	Ninguna Ninguna Ninguna  Ninguna  Ninguna	Ninguna Ninguna Ninguna  Ninguna  Ninguna	Carta de crédito electrónica Carta de garantía electrónica Presentación de documentos de embarque para negociación Póliza de seguro de carga y seguro electrónico Conciliación de todos los costos y facturas

Fuente: Elaboración propia.

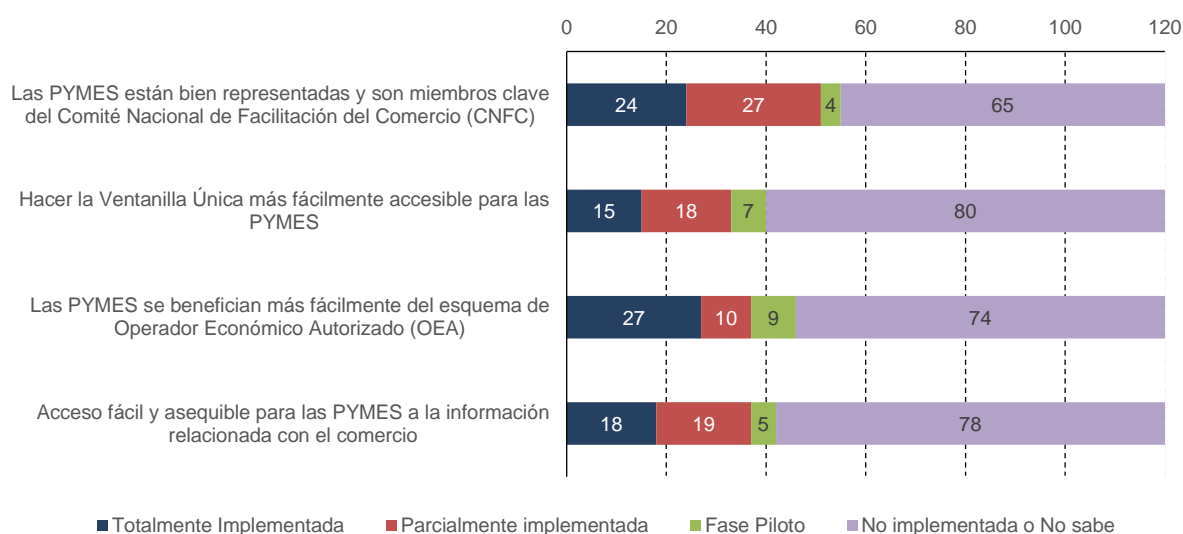
## B. Medidas de facilitación de comercio y Comercio sin papel para PYMES

Desde 2015, las 5 comisiones regionales de las Naciones Unidas realizan cada dos años la Encuesta Global de Facilitación del Comercio e Implementación del Comercio Sin Papeles. Al respecto, la encuesta realizada en 2017<sup>7</sup> contiene cuatro preguntas específicas sobre las medidas de facilitación del comercio y el comercio sin papel para las PYMES:

- i) ¿El gobierno ha adoptado medidas para facilitar el acceso de las PYMES a la información sobre requisitos y formalidades para exportar o importar?;
- ii) ¿El gobierno ha adoptado medidas específicas para permitir a las PYMES beneficiarse del estatus de operador económico autorizado?;
- iii) ¿El gobierno ha adoptado medidas para facilitar el acceso de las PYMES a la ventanilla única de comercio Exterior (por ejemplo, capacitándolas en cómo registrarse y usar la ventanilla única de comercio Exterior (VUCE)) ?; y
- iv) ¿El gobierno ha adoptado medidas para garantizar que las PYMES estén bien representadas en el Comité Nacional de Facilitación del Comercio?

Más de la mitad de los países encuestados informaron que no han tomado medidas de facilitación del comercio para las PYMES (gráfico 1). Asimismo, menos de un tercio de los países han implementado, total o parcialmente, estas medidas.

**Gráfico 1**  
120 países seleccionados: resultados de la encuesta sobre las medidas de facilitación del comercio para PYMES, 2017  
(Porcentajes)



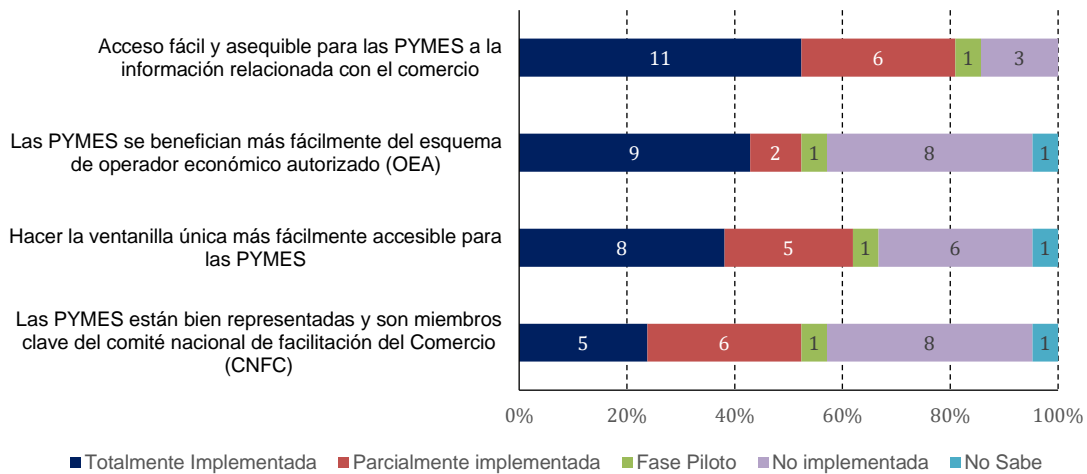
Fuente: Comisión Económica y Social de las Naciones Unidas para Asia y el Pacífico (United Nations Economic and Social Commission for Asia and the Pacific, ESCAP) (2017), Encuesta Global de Facilitación del Comercio e Implementación del Comercio Sin papeles en 2017, Bangkok.

<sup>7</sup> Para mayores detalles, véase <https://unnex.unescap.org/content/un-global-survey-trade-facilitation-and-paperless-trade-implementation-2017>.

Dentro de la encuesta, el fácil acceso a la ventanilla única y a la información relacionada con el comercio son dos medidas clave para las PYMES en términos de comercio sin papel, por ende, los resultados indican indirectamente que no hay muchos avances en esta materia.

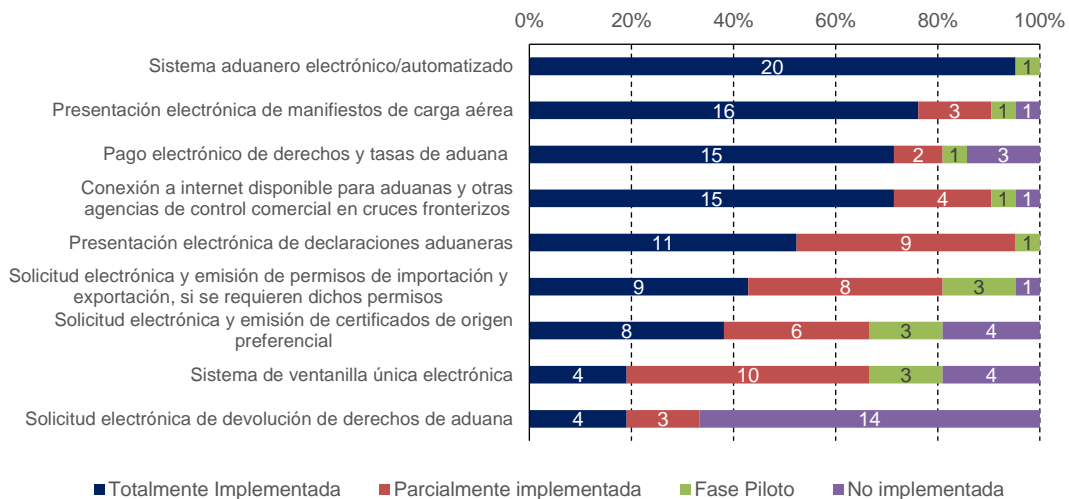
En el caso de América Latina, la encuesta evidenció que las ventanillas únicas están más centradas en las formalidades de comercio exterior. Los gráficos 2 y 3 presentan los resultados sobre el estado de implementación de las medidas de facilitación del comercio para PYMES y las medidas de comercio sin papel en la región.

**Gráfico 2**  
**América Latina (países seleccionados): resultados de la encuesta sobre las medidas de facilitación del comercio para PYMES, 2017**  
*(Número de países)*



Fuente: Encuesta Global de Facilitación del Comercio e Implementación del Comercio Sin papeles en 2017.

**Gráfico 3**  
**América Latina (países seleccionados): Resultados de la encuesta sobre la implementación de medidas de comercio sin papel, 2017**  
*(Número de países)*



Fuente: Encuesta Global de Facilitación del Comercio e Implementación del Comercio Sin papeles en 2017.

Al clasificar y comparar las medidas de facilitación del comercio y comercio sin papel más y menos implementadas, como lo muestra el cuadro 5, se constata que la tendencia en la ventanilla única de comercio en América Latina es hacia las formalidades de comercio exterior

**Cuadro 5**  
**América Latina: nivel de implementación de las medidas de facilitación del comercio y comercio sin papel, 2017**

Categoría de las medidas	Medidas más implementadas	Tasa de implementación	Medidas menos implementadas	Tasa de implementación
Transparencia	Mecanismo de apelación independiente	89%	Resoluciones anticipadas sobre clasificación arancelaria	76%
	Publicación en internet de las reglamentaciones existentes sobre importación y exportación	86%	Publicación/notificación anticipada de nuevas regulaciones antes de su aplicación	59%
Formalidades	Procesamiento previo al arribo	91%	Medidas de facilitación del comercio para operadores autorizados	75%
	Aceptación de copias en papel o electrónicas de los documentos soporte necesarios para las formalidades de importación, exportación y tránsito	89%	Establecimiento y publicación de los tiempos medios de liberación	43%
Arreglos institucionales y cooperación	Establecimiento del Comité Nacional de Facilitación del Comercio	75%	Organismos gubernamentales delegando los controles a las autoridades aduaneras	22%
	Cooperación entre agencias fronterizas a nivel nacional	70%		
Comercio sin papel	Sistema aduanero electrónico/automatizado	97%	Sistema de ventanilla única electrónica	56%
	Presentación electrónica de los manifiestos de carga aérea	87%	Solicitud electrónica de reembolsos aduaneros	29%
Comercio transfronterizo sin papeles	Leyes y reglamentos para las transacciones electrónicas	76%	Intercambio electrónico de certificados de origen	38%
	Participación en el intercambio electrónico transfronterizo de datos relacionados con el comercio	52%	Intercambio electrónico de certificados sanitarios y fitosanitarios	19%

Fuente: Elaboración propia sobre la base de la Encuesta Global de Facilitación del Comercio e Implementación del Comercio Sin papeles en 2017.

## C. La ventanilla única de comercio de Corea<sup>8</sup>

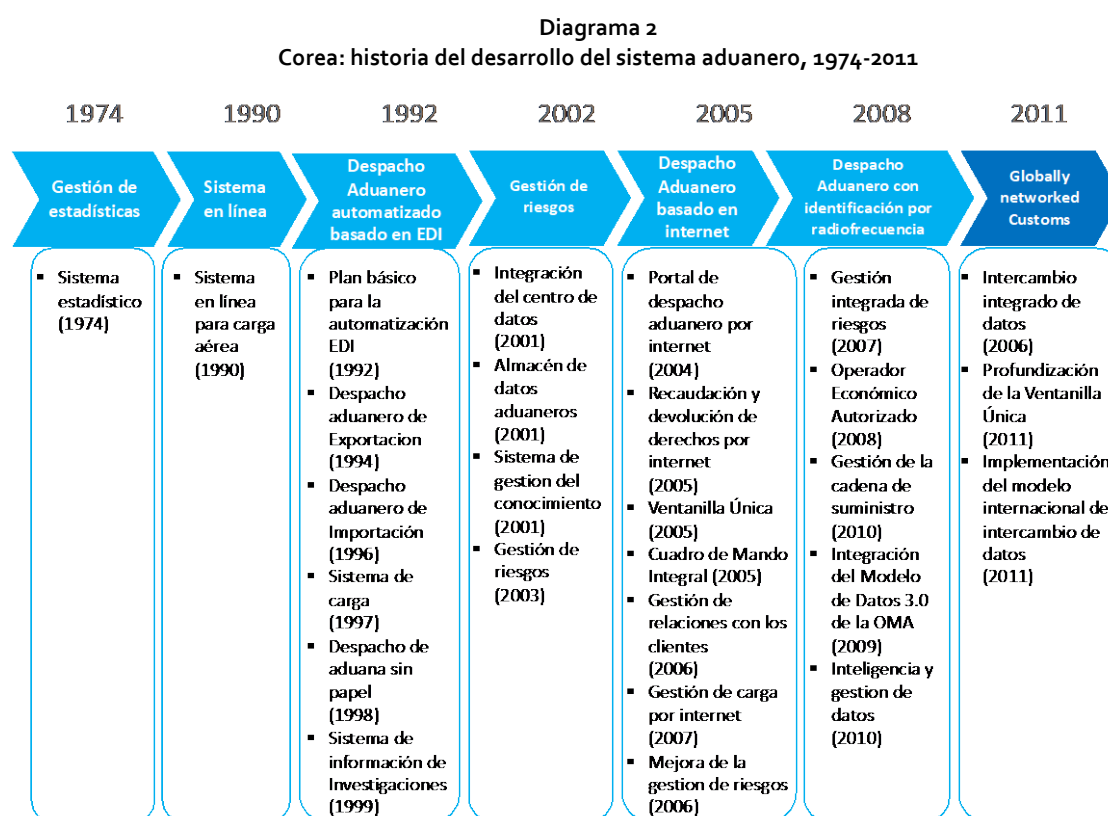
### 1. Desarrollo y operación del sistema de comercio sin papel en Corea

La primera fase del sistema de comercio sin papel en Corea consistió en establecer un entorno legal y técnico para la automatización del comercio y las aduanas basadas en EDI. En 1989, el Ministerio de

<sup>8</sup> Esta sección está basada en Ha (2018).

Comercio e Industria estableció un “Plan Básico de Automatización Integrada del Comercio” y un Grupo de Trabajo para implementar dicho plan. Este Grupo estaba conformado por representantes del gobierno y del sector privado. Por parte del gobierno participaron el Ministerio de Comercio e Industria y el Ministerio de Información y Tecnología. Por parte del sector privado participó la Asociación Coreana de Comercio Internacional (*Korean International Trade Association*, KITA). El Grupo de Trabajo preparó un proyecto de Ley de Automatización del Comercio que incluía el esquema operativo.

En 1991, KITA fundó la Red Comercial de Corea (Korean Trade Network, KTNET) y ese mismo año el Ministerio de Comercio e Industria promulgó la “Ley de Promoción de la Automatización del Comercio”. Con base en esta Ley, el Ministerio de Comercio e Industria designó a KTNET como el Operador de la empresa de Automatización Comercial. Al año siguiente, el KCS se unió a la iniciativa y estableció un “Plan básico de seis años para la automatización de aduanas vía EDI”, confiando el desarrollo y operación del nuevo sistema a KTNET (véase diagrama 2).



Fuente: KCS, Customs White Book. 2011.

La segunda fase del sistema de comercio sin papel se centró en el desarrollo de un sistema aduanero automatizado basado en EDI. En 1996, se introdujo el sistema EDI para el despacho aduanero y el sistema de consolidación de manifiesto. En 1997, se implementó el sistema EDI de carga de exportación y el sistema de devolución de derechos de aduana. En 1998, se estableció el sistema EDI de carga de importación. Gracias a la implementación de estos nuevos sistemas de exportación e importación basados en EDI, el tiempo del despacho aduanero se redujo de 4 horas a 5 minutos, generando un ahorro de hasta 10 millones de dólares por año.

En 1999, se desarrolló el Sistema de Información de Investigación, que posteriormente se convirtió en un Sistema de Gestión de Riesgos. Ese mismo año los sistemas de la Agencia Nacional de Cuarentena y las principales agencias regulatorias se conectaron al sistema de aduanas por medio de



KTNET, lo que permitió que los resultados de las inspecciones realizadas por estas agencias se transfirieran al sistema de aduanas en tiempo real.

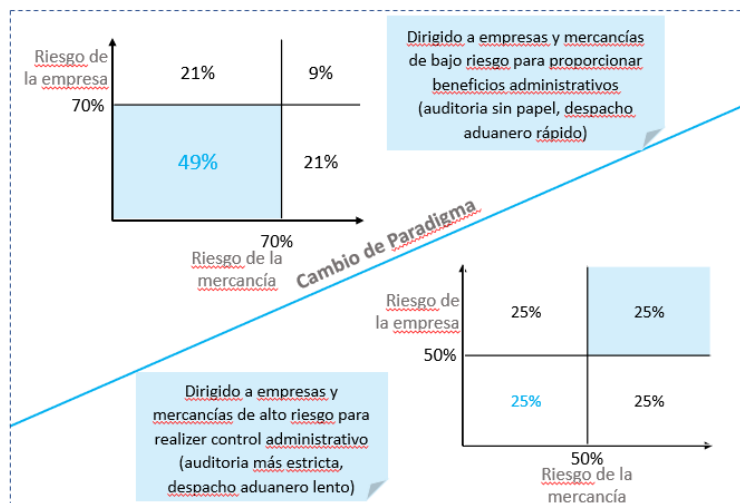
En función de esta conexión, el KCS lanzó un "sistema de declaración de importación sin papel". Inicialmente, el KCS seleccionó un número limitado de importadores (259) con alta credibilidad para que utilizaran este novedoso sistema. En 2000, el número de usuarios aumentó considerablemente, alcanzando los 96.000 importadores, y en 2010 el número de usuarios se había incrementado a 143.000 importadores. En 1999, el KCS decidió externalizar la operación del sistema aduanero al consorcio Samsung-KTNET.

En la tercera fase del sistema de comercio sin papel se migró de un sistema basado en EDI a un sistema basado en internet. Para esto, en el año 2000, KTNET comenzó a desarrollar un sistema EDI de comercio exterior en línea. Luego de 3 años, KTNET lanzó un portal de comercio sin papel basado en internet que permitía a los usuarios presentar en línea las declaraciones de exportación e importación, manifiestos y las aplicaciones de transporte bajo control aduanero, así como recibir la respuesta de aduanas y de Otras Autoridades Gubernamentales (OAG). Por su parte, el KCS introdujo un portal de declaración de aduanas basado en internet en 2005.

La cuarta fase del sistema de comercio sin papel en Corea incluyó la introducción de una ventanilla única de comercio y el Sistema Nacional de Comercio sin Papel. En el 2003, y bajo el marco del "Plan trienal para la promoción del comercio electrónico", se creó el Centro de Facilitación del Comercio Electrónico Público-Privado de Corea, conformado por 6 grupos de trabajo. En esta institución participaban agencias gubernamentales del Ministerio de Comercio, Industria y Energía, el KCS, el Instituto de Compensación y Telecomunicaciones Financieras de Corea y el sector privado (KITA, KTNET y la Federación de Bancos de Corea). El Centro inició el establecimiento de una Plataforma Nacional de Comercio sin Papel (uTradeHub) en el 2003, la cual fue lanzada oficialmente en 2006.

El KCS implementó también un sistema de gestión de riesgos que cambió el paradigma del proceso de despacho aduanero (véase el diagrama 3). Anteriormente, el canal verde (levante automático de la mercancía) se proporcionaba únicamente a comerciantes y bienes de bajo riesgo seleccionados. Con la introducción del sistema de gestión de riesgos, el control administrativo se enfocó en las empresas y bienes de alto riesgo, lo que redundó en una mejora significativa en el desempeño del despacho aduanero.

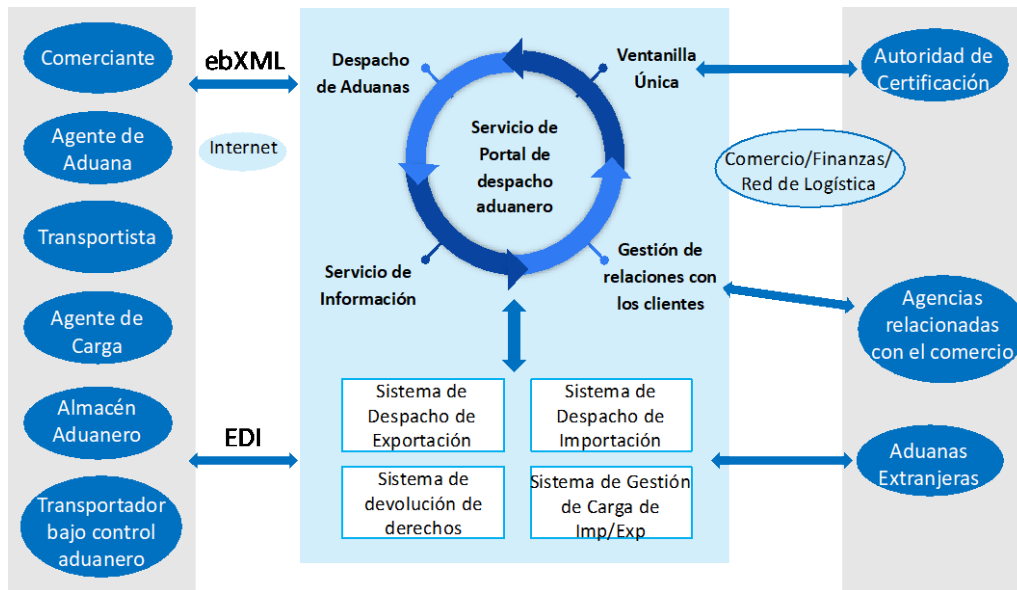
**Diagrama 3**  
Cambio de paradigma con la introducción de la gestión de riesgos



Fuente: Korea Development Institute (KDI) (2011), Development History of the Korea Customs Service and its Automation, Seoul.

En 2006, el KCS anunció el lanzamiento de una ventanilla única de aduanas, con el nombre de UNI-PASS (véase diagrama 4), con la capacidad de interactuar con los sistemas de otras agencias regulatorias. UNI-PASS es un portal de despacho de aduanas basado en la web donde los comerciantes y los agentes de aduanas pueden realizar el despacho de aduanas de forma gratuita.

**Diagrama 4**  
Corea: ventanilla única de aduanas basada en internet



Fuente: KCS UNIPASS manual.

La quinta y más reciente fase de desarrollo del sistema de comercio sin papel en Corea comenzó en 2016. El KCS lanzó la cuarta generación de su sistema aduanero ese mismo año, para lo cual invirtieron alrededor de 150 millones de dólares para su desarrollo. Este nuevo UNI-PASS tiene varias mejoras en comparación con la versión anterior:

- Simplificación de los procesos comerciales;
- Cómodas interfaces centradas en el usuario;
- Nueva tecnología móvil y análisis de macrodatos (Big Data);
- Adopción del modelo de datos de la Organización Mundial de Aduanas (OMA) y los estándares TIC del Gobierno de Corea; e
- Implementación de un sistema de alerta temprana y de control para monitorear los servicios y los sistemas.

## 2. Alcance del servicio de uTradeHub y servicios ofrecidos a las PYMES

El portal de comercio sin papel de uTradeHub es donde los exportadores e importadores pueden realizar todos los procedimientos relacionados con el comercio, que van desde los servicios de marketing y el despacho de aduanas hasta la conciliación de los pagos. Los principales servicios ofrecidos por la plataforma son:

- Directorio de exportadores e importadores;
- Obtención de licencias, permisos y certificaciones, así como certificados de origen;
- Financiamiento del comercio y contratación de seguros;
- Servicios de logística comercial y aduanera, incluido el servicio de manifiesto y el transporte bajo control aduanero;
- Despacho aduanero de exportación e importación y devolución de derechos;
- Solicitud/emisión de carta de crédito electrónica, conocimiento de embarque electrónico (Bill of lading, BL) y conciliación comercial;
- Certificado de compra electrónico;
- Servicios de la Autoridad Nacional de Certificación Acreditada y de la Autoridad de Documentos Electrónicos Certificados.

La variedad de servicios con valor agregado, junto con los servicios básicos de la ventanilla única de comercio, hacen de uTradeHub una plataforma atractiva para todo tipo de usuarios (ver cuadro 6).

**Cuadro 6**  
**Principales servicios ofrecidos a los comerciantes, 2018**

Documento electrónico	Clasificación	Remitente	Destinatario	Transacciones totales (en línea y fuera de línea) (número)	Transacciones en línea (número)	En línea/fuera de línea (porcentaje)	Empresas (número)	Interface <sup>a</sup>
Carta de crédito de exportación	Financiamiento del comercio	Bancos	Exportador	200 000	107 576	54	2 078	UTH, ERP
Carta de crédito local	Financiamiento del comercio	Bancos	Exportador	121 762	121 762	100	2 336	UTH, ERP
Certificado de compra	Financiamiento del comercio	Exportador	Bancos	1 093 977	1 093 977	100	26 973	UTH, ERP
Seguro de carga	Comercio	Compañías de seguros	Exportador	2 926 261	557 344	19	55	ERP
Certificado de origen	Comercio	Exportador	Cámara de Comercio	1 094 455	43 517	4	145	UTH, ERP
Carta de garantía para la obtención temprana de carga de importación	Financiamiento del comercio	Importador	Bancos	200 000	21 800	11	596	UTH, ERP
Orden de entrega	Logística	Compañías navieras	Terminales	2 000 000	1 018 125	51	32	UTH, ERP
Licencias y Certificados de exportación e importación	Comercio	Otras Agencias Gubernamentales	Comerciantes	108 154	108 154	100	1 472	ASPLINE (UTH)
Carta de crédito de importación	Financiamiento del comercio	Importador	Bancos	400 000	201 037	50	2 624	UTH, ERP
Borrador de letra de cambio	Financiamiento del comercio	Exportador	Bancos	200,000	62 792	31	57	UTH, ERP
Cuenta abierta	Financiamiento del comercio	Exportador	Bancos	N/A	549 756	N/A	39	UTH, ERP
Aviso de documentos de embarque	Financiamiento del comercio	Bancos	Importador	700 000	335 211	48	4 085	UTH, ERP

Fuente: Base de datos de KTNET.

<sup>a</sup> ASPLINE: un servicio para la solicitud y emisión de licencias y certificados relacionados con el comercio exterior. ERP: Sistema de Planificación de Recursos Empresariales (Enterprise Resource Management); UTH: y uTradeHub.

En 2018, casi todos los comerciantes utilizaron los servicios de uTradeHub, incluyendo más de 90.000 comerciantes, 66 bancos, 21 compañías de seguros, 163 autoridades gubernamentales y otros 9.124 proveedores privados de servicios de comercio (ver cuadro 7).

**Cuadro 7**  
**Corea: tipos de usuarios de uTradeHub, 2016-2018**  
(Número)

Tipo de Usuario	2016	2017	2018
Comerciantes	79 353	86 272	94 207
Bancos	69	68	66
Compañías de seguros	15	15	21
Autoridades gubernamentales relacionadas con las licencias y permisos	169	162	163
Agentes de Aduana	863	791	744
Compañías de transporte marítimo	194	186	176
Compañías de transporte aéreo	139	139	203
Empresas de inspección	235	185	174
Agente de Carga	3 821	3 854	5 321
Depósitos Aduaneros	1 168	1 122	1 073
Empresas de transporte bajo control aduanero	519	1 351	1 395
Terminales/puertos		34	38
<b>Total</b>	<b>86 545</b>	<b>94 179</b>	<b>103 581</b>

Fuente: Base de datos interna de KNET. Los números pueden variar dependiendo del método de cálculo y el tiempo de medición.

Nota: En esta tabla, el usuario "Comerciantes" incluye tanto usuarios pagos como no pagos de uTradeHub, los cuales son exportadores e importadores, así como exportadores indirectos. uTradeHub tiene servicios gratuitos y los usuarios no pagos solo utilizan los servicios gratuitos.

Según las estadísticas de KITA, 96.024 exportadores realizaron despachos de aduana en 2017 y, de ellos, 38.309 eran usuarios de uTradeHub. Pese a que los más de 38.000 usuarios de uTradeHub representan el 40% del número total de exportadores, sus operaciones suman el 92,5% de los montos exportados y totalizan el 78% de los despachos de aduana tramitados (ver Cuadro 8). De esta manera, se podría asumir que el 60% restante de los exportadores (57.715) serían PYMES y sus operaciones representaron el 7,5% del monto total exportador y el 21,9% de los despachos de aduana.

**Cuadro 8**  
**Corea: participación de los usuarios de uTradeHub en el total de exportadores de Corea, 2017**

	Exportadores (número)	Valor Exportado (millones de dólares)	Despachos de Aduanas (miles de transacciones)
Total	96 024	573 717	12 734
Usuarios de uTradeHub	38 309	530 615	9 942
Participación (%)	39,9	92,5	78,1

Fuente: Elaboración propia.

Nota: Los usuarios de uTradeHub corresponden a exportadores directos únicamente.

Comúnmente las ventanillas únicas de comercio están diseñadas para ofrecer servicios de despacho de aduanas y gestionar las solicitudes de licencias, permisos y certificaciones de manera armonizada, transparente y eficiente. Por lo mismo, son los agentes de aduanas y los agentes de carga quienes más utilizan la ventanilla única de comercio. En el caso de Corea, desde el principio del proyecto, el gobierno planeó facilitar la promoción comercial a través del sistema de comercio sin papel. Por esta razón, el gobierno estableció sólidas políticas y leyes para fomentar el comercio sin papel, lo que ha resultado en que las principales empresas que realizan comercio transfronterizo son miembros de uTradeHub.

El cuadro 9 presenta las estadísticas del uso de uTradehub por tamaño de empresa para el año 2017. Las grandes empresas equivalen el 0,7% de los usuarios de la plataforma, mientras que las PYMES representan el 99,3% del total de usuarios. Sorprendentemente, el valor de las exportaciones de las PYMES suma 237.689 millones de dólares, que constituye el 41,5% del monto total de las exportaciones

de Corea. El promedio anual de transacciones de exportación de una gran empresa (10.543) fue aproximadamente 58 veces superior al de las PYMES (182).

**Cuadro 9**  
**Corea: uso del comercio sin papel por tamaño de empresa, 2017**

	Exportador (número)		Valor Exportado (millones de dólares)				Despachos de Aduanas (miles de transacciones)		
	Total	%	%	Monto	%	%	Transacciones	%	%
Nivel Nacional	96 024	100		573 717	100		12 734	100	
Usuarios de uTradeHub	38 309	39,9	100	530 615	92,5	100	9 942	78,1	100
Tamaño de la empresa									
Grande	285	0,3	0,7	292 926	51,1	55,2	3 005	23,6	30,2
Mediana	1 171	1,2	3,1	89 852	15,7	16,9	2 404	18,9	24,2
Pequeña	36 853	38,9	96,2	147 837	25,8	27,9	4 533	35,6	45,6

Fuente: Elaboración propia.

Nota: El número de exportadores corresponde solamente a exportadores directos.

En los últimos años, un gran número de comerciantes indirectos se han unido a uTradehub gracias a los servicios relacionados con el financiamiento de la cadena de suministro. Según la Ley de Comercio Exterior de Corea, un exportador indirecto también es considerado como comerciante, por lo que es interesante verificar su participación dentro del comercio. Del total de exportadores indirectos, el 39% corresponde a exportadores directos y el 61% (41.748 usuarios) son exportadores indirectos que no tienen registro de exportación (ver cuadro 10).

Bajo el entendido de que para la mayoría de las grandes empresas el mercado local no es suficiente y tienen que exportar, y teniendo en cuenta que las estadísticas de uso del comercio sin papel son por tamaño de empresa, se puede inferir que la mayoría de los exportadores indirectos son PYMES. Así las cosas, se estima que, en total, más de 77.000 PYMES son usuarios de la Plataforma Nacional de Comercio sin Papel de Corea (uTradeHub).

**Cuadro 10**  
**Corea: el uso del comercio sin papel por parte de los exportadores directos, 2016-2018**

Tipo de Exportador	2016		2017		2018	
	Valor (mil millones de dólares)	Número de exportadores indirectos	Valor (mil millones de dólares)	Número de exportadores indirectos	Valor (mil millones de dólares)	Número de exportadores indirectos
Total, exportadores indirectos	195	67 88	205	68 204	215	66 544
Exportadores directos		24 477		26 456		-
Solamente exportadores indirectos		43 403		41 748		-

Fuente: Elaboración propia.

### Sistema de ventanilla única basado en internet: participación directa de las PYMES

En la etapa inicial de implementación de la Plataforma Nacional de Comercio sin Papel de Corea no se usaba el internet, por lo que su funcionamiento se basó en líneas arrendadas o redes telefónicas cerradas para la interconexión de los sistemas entre diferentes entidades. Entonces, la utilización de Redes de Valor Agregado (Value Added Networks, VAN) fue inevitable. Por los elevados costos asociados a la utilización del sistema de comercio sin papel, los usuarios la plataforma se limitaron a las principales empresas comerciales, grandes fabricantes, transportistas, agentes de carga y agentes de

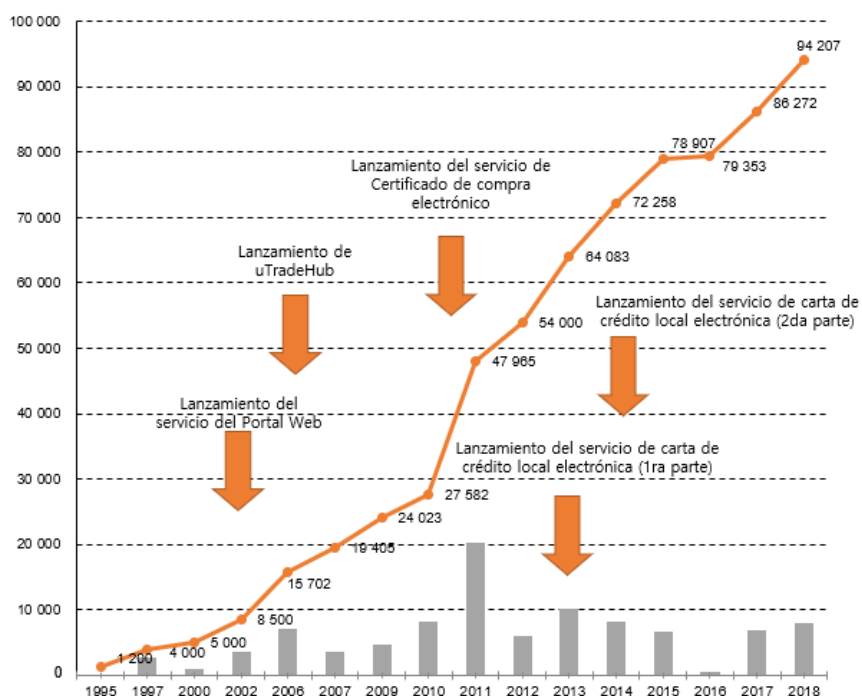
aduanas<sup>9</sup>. Por el gran volumen de transacciones que realizan, estos eran los actores que podían justificar la inversión en software.

El internet ha permitido a los comerciantes acceder al sistema de comercio sin papel a un bajo costo. Con esta tecnología, KNET desarrolló inicialmente un portal de servicios basado en la web —“cTradeWorld”— en el 2002. Este nuevo portal web permitió a las PYMES acceder a los servicios de comercio sin papel sin una inversión inicial. Posteriormente, y con el objetivo de aumentar la participación de las PYMES en el comercio sin papel, se lanzó la Plataforma Nacional de Comercio sin Papel—uTradeHub. El gobierno de Corea proyectó que uTradeHub se desarrollaría en tres fases, la primera de fase comenzó en el 2006 y la última en el 2009.

Las PYMES han sido atraídas paulatinamente a los servicios de comercio sin papel mediante servicios mejorados y fáciles de usar. Estos servicios incluyen la obtención de licencias, permisos y certificaciones, la emisión de certificados de origen preferenciales y no preferenciales, el despacho de aduana de exportación e importación, la devolución de derechos, la carta de crédito y el conocimiento de embarque electrónico, y muchos otros servicios de valor agregado.

El gran salto de la participación de las PYMES en uTradeHub se generó con la introducción del servicio de Certificado de compra electrónica en el 2011. En este año, más de 20.000 PYMES, en su mayoría exportadores indirectos, se unieron a la plataforma (véase el gráfico 4). La participación de los exportadores indirectos ha cambiado el panorama del uso del comercio sin papel.

**Gráfico 4**  
**Corea: Número de comerciantes que utilizan la ventanilla única nacional, 1995-2018**



Fuente: Elaboración propia.

Nota: El número de comerciantes en este gráfico no incluye a los proveedores de servicios comerciales, como agentes de aduana y agentes de carga.

<sup>9</sup> Esto se debía al alto costo de compra e instalación de software autónomos (“stand-alone”) o la personalización del sistema de planificación de recursos empresariales (ERP, por sus siglas en inglés) para utilizar el sistema de comercio sin papel, incluido el servicio electrónico aduanero.

La experiencia de Corea sugiere que la utilización de la ventanilla única de comercio por parte de las PYMES podría incentivarse mediante la adopción de nuevas tecnologías que reducen considerablemente el costo para acceder a servicios de valor agregado, donde las PYMES son quienes más pueden beneficiarse.

### **Certificado de compra: una herramienta de financiamiento para los exportadores directos**

Desde 2006, el certificado de compra (CC) es utilizado para demostrar que el banco de cambio de divisas o el Operador Comercial de Infraestructura de Comercio Electrónico (OCICE) en Corea han comprado todos o algunos productos para adquirir divisas extranjeras. A diferencia de la Carta de Crédito (*Letter of credit*, L/C), instrumento bancario que se utiliza para garantizar el pago de un comprador a un vendedor, el CC está diseñado para que el banco de cambio de divisas del exportador o el OCICE confirme la transacción entre el proveedor y el exportador cuando el producto se utiliza con fines de exportación.

El CC se ha utilizado ampliamente porque es más simple que la L/C, pero también porque permite beneficiarse de políticas que favorecen las exportaciones, como las exenciones fiscales y la devolución de derechos. Este esquema está pensado básicamente para facilitar las exportaciones al ofrecer dos incentivos financieros para los exportadores y los exportadores indirectos (proveedores nacionales a un exportador).

Por una parte, están los beneficios en términos de impuestos y aranceles. De este modo, los proveedores que venden sus productos a exportadores pueden aplicar al impuesto al valor agregado (IVA) tasa cero basado en el CC que los exportadores pueden obtener de su banco de cambio de divisas o del OCICE. Igualmente, los exportadores pueden recibir reembolsos de los aranceles pagados cuando algunos de los componentes de los productos fueron importados.

Por otro lado, el registro de los CC se cuenta como parte del desempeño exportador. Por ende, si los exportadores tienen un buen desempeño exportador pueden beneficiarse de varios programas financieros, como el seguro comercial de la Corporación de Seguros Comerciales de Corea (Korean Trade Insurance Corporation, KTIC), préstamos para PYMES y líneas de crédito comercial, así como asistencia para el establecimiento de sucursales en el extranjero, entre otros.

El CC se sustenta legalmente en la Ley de Comercio Exterior y su reglamentación (Decreto de Aplicación de la Ley de Comercio Exterior y el Reglamento de Gestión del Comercio Exterior). De este modo, y en conjunto con la Ley de Facilitación del Comercio Electrónico y su respectivo decreto de aplicación, estas normas proporcionan la base para prestar el servicio de emisión del CC en línea en uTradeHub.

El uso de la infraestructura de comercio electrónico para la emisión del CC ha aumentado constantemente desde su introducción. Esto se logró gracias a su eficiencia, conveniencia y reducción de costos para los usuarios. A medida que se incrementaba su uso, en el 2015 se decidió incluir la emisión del CC en uTradeHub. En 2018, más de 60.000 exportadores y exportadores indirectos solicitaron y recibieron más de un millón de CC electrónicos por medio de la plataforma (cuadro 11).

Uno de los grandes cambios generados por la implementación del CC electrónico fue la incorporación del proceso de solicitud del IVA tasa cero. Cuando los proveedores aplican por el IVA tasa cero para los productos vendidos al exportador por la adquisición de monedas extranjeras, solo deben enviar en línea un formulario de solicitud electrónico al Servicio Nacional de Impuestos de Corea (National Tax Service, NTS). De este modo, no se requiere presentar ningún documento adicional, ya que toda la información del CC emitido ha sido transferida al NTS desde uTradeHub.

**Cuadro 11**  
**Corea: uso del certificado de compra por parte de los exportadores indirectos, 2016-2018**  
*(Millones de dólares y número)*

Servicio	2016		2017		2018	
	Valor <i>(mil millones de dólares)</i>	Exportadores indirectos <i>(número)</i>	Valor <i>(mil millones de dólares)</i>	Exportadores indirectos <i>(número)</i>	Valor <i>(mil millones de dólares)</i>	Exportadores indirectos <i>(número)</i>
Certificado de Compra	176	62 554	186	63 561	197	62 390
Carta de crédito local	19	5 326	19	4 643	18	4 154
<b>Total</b>	<b>195</b>	<b>67 880</b>	<b>205</b>	<b>68 204</b>	<b>215</b>	<b>66 544</b>

Fuente: Elaboración propia.

### Despacho aduanero simplificado para transacciones de comercio electrónico

Las exportaciones de comercio electrónico de Corea superaron a las importaciones en un período de 16 años, alcanzando un valor total de 2.68 mil millones de dólares en el 2017 (cuadro 12).

**Cuadro 12**  
**Corea: volumen del comercio electrónico transfronterizo en Corea, 2014-2018**

	2014	2015	2016	2017	2018 <i>(Primer semestre)</i>	Tasa de crecimiento anual
	<i>(miles de millones de dólares)</i>					<i>(porcentaje)</i>
Exportaciones de comercio electrónico	0,62	1,15	2,08	2,68	1,57	63,2
Importaciones de comercio electrónico	1,49	1,55	1,73	2,04	1,21	10,9

Fuente: Elaboración propia.

A pesar del fuerte incremento del comercio electrónico transfronterizo, la mayoría de las PYMES que participan en este mercado no realizan una declaración de exportación formal. Por lo tanto, no pueden aprovechar los beneficios derivados de formalizar estas transacciones. Estas operaciones “no registradas” ocurren por el desconocimiento del esquema de declaración de exportación, las limitaciones de los procedimientos regulatorios de exportación existentes y el alto costo de reportar cada venta.

Las PYMES exportadoras enfrentan varios desafíos por no realizar transacciones de exportación oficiales. En primer lugar, cuando la mercancía exportada regresa por algún motivo al país, es imposible acceder a la exención de los aranceles de importación por la falta de evidencia de la exportación. Segundo, debido a la falta de registros de exportación, no son objeto de financiamiento del comercio y las transacciones de cambio divisas también son difíciles de lograr.

Para abordar estos retos, KTNET, como operador de uTradeHub, el Ministerio de Comercio, Industria y Energía, el KCS y KITA lanzaron en 2017 un servicio de apoyo al comercio electrónico (goGlobal). Este servicio permite procesar transacciones de comercio electrónico de manera fácil y rápida (Diagrama 5). Este servicio ayuda a los exportadores de comercio electrónico a realizar un despacho de aduana rápido y sin interrupciones (ver cuadro 15). Este servicio se complementa con las “medidas integrales de apoyo a la exportación de comercio electrónico”, adoptadas por el KCS en

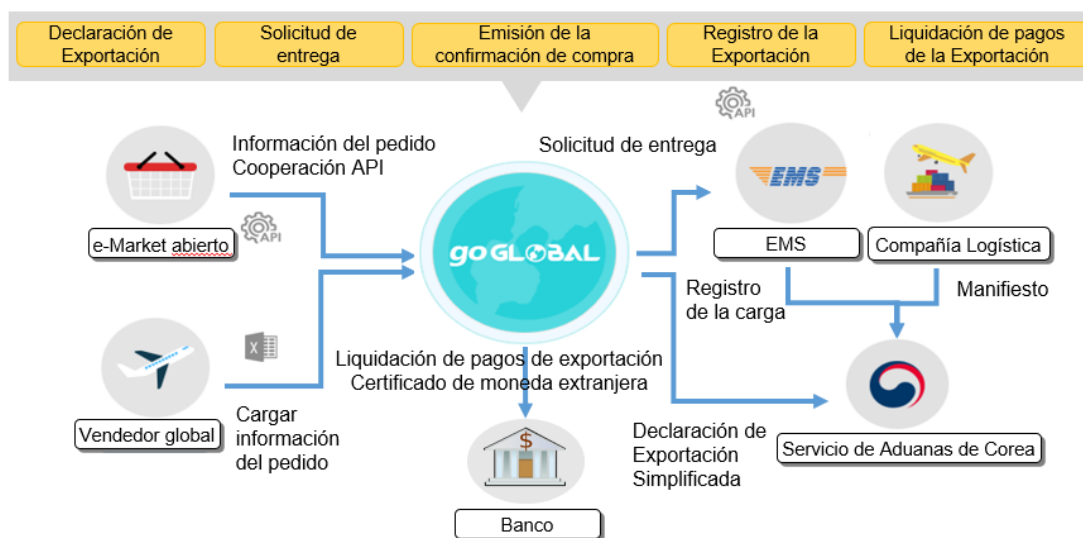


diciembre de 2018 y que abarca desde el despacho de aduana hasta la entrega y devolución de la mercancía<sup>30</sup>.

El servicio goGlobal es una plataforma de declaración de exportación de comercio electrónico que, a su vez, conecta las tiendas en línea con el KCS. Esta herramienta completa automáticamente los 33 campos necesarios para la declaración de exportación a partir de la información de las ventas y la información básica dentro de la tienda virtual, en conjunto con la declaración de exportación predeterminada ingresada por el usuario previamente, y luego la informa a el KCS.

El usuario puede subir la información de las ventas a goGlobal en un archivo de Excel o mediante un interfaz de programación de aplicaciones (*application programming interface*, API) para establecer una conexión entre su sistema y la plataforma. Al ingresar el historial de ventas en el extranjero a goGlobal, las tiendas en línea pueden eliminar la ardua tarea de completar el formulario de la declaración de exportación y, simultáneamente, reducir el costo de la declaración de exportación. Cuando se gestiona la declaración de exportación de comercio electrónico mediante esta plataforma, se puede solicitar la exención del IVA. En el caso de que la mercancía regrese al país, es posible aplicar a la exención de los derechos de reimportación o al reembolso de los derechos al momento del retorno.

**Diagrama 5**  
Corea: servicio goGlobal



Fuente: KTNET.

Dado que las ventas en el extranjero se reconocen como una exportación, los exportadores pueden beneficiarse de los programas de las instituciones relacionadas con el comercio internacional (e.g. apoyo al financiamiento del comercio). Igualmente, existe la posibilidad de emitir un CC a los proveedores, de manera que sea factible adquirir materias primas con un IVA tasa cero.

El KCS adoptó varias medidas para apoyar las exportaciones de comercio electrónico en las distintas etapas del proceso de exportación. Dichas medidas no están limitadas a la etapa del despacho de aduanas, sino que KCS se enfocó en resolver las dificultades experimentadas por los exportadores de comercio electrónico. Primero, el KCS introdujo un nuevo formulario para la declaración de exportación

<sup>30</sup> Comunicado de prensa de KCS.

—“Declaración de exportación de comercio electrónico”— fusionando los formularios de la declaración general de exportación y la declaración simplificada de exportación (ver cuadro 13). La declaración de exportación de comercio electrónico puede utilizarse independientemente del valor total de las mercancías, pero el servicio está restringido solamente a las empresas de exportación de comercio electrónico registrada ante el KCS.

Antes el KCS tenía una declaración de exportación para fines generales, una declaración de exportación simplificada para exportaciones de bajo valor (por debajo de 2.000 dólares) y un formulario para la exportación para mensajería expresa o paquetería. Al fusionar los formularios de las declaraciones de exportación generales y simplificadas para crear la "declaración de exportación de comercio electrónico", el número de campos se redujo de 57 (general) y 27 (simplificado) a sólo 18 campos (ver cuadro 14).

**Cuadro 13**  
Beneficios de la declaración de exportación simplificada

SERVICIO DE ADUANAS DE COREA	Declaración formal de exportación	Despacho informal	Declaración de exportación simplificada para comercio electrónico
Contenido	Ilimitado	Valor FOB igual o inferior a 2 millones de KRW	Ventas de comercio electrónico con un valor FOB igual o menor a 2 millones de KRW
Declarante	Exportador o Agente de Aduanas	Transportador	Exportador o Agente de Aduana
IVA tasa cero	●	Recepción del paquete, certificado de depósito de moneda extranjera ▲	●
Emisión de la aprobación de la compra	●	Recepción del paquete, certificado de depósito de moneda extranjera ▲	●
Reembolso de aduanas	●	✘	●
Descuento por re-impotación para productos devueltos	●	Difícil de probar productos idénticos basado solamente en la declaración informal ▲	●
Reconocimiento del registro de exportación	●	●	●
Comisiones	Altas		Bajas

Fuente: Servicio de Aduanas de Corea.

**Cuadro 14**  
Cambios en el formulario de la declaración de exportación

Tipo de declaración	Declaración general	Declaración simplificada	Formulario de mensajería expresa	Envíos postales (No necesitan declaración)
Estadísticas nacionales de comercio exterior	Incluida	Incluida	No incluida	No incluida
Mejora	Se fusionaron en la declaración de exportación de comercio electrónico y se redujeron la cantidad de campos a completar		Añade el código arancelario y el número de registro de la empresa	

Fuente: Elaboración propia.

Segundo, se implementó un sistema de despacho de aduanas de exportación de comercio electrónico. Este sistema fue diseñado para convertir automáticamente el registro de las ventas de un mercado electrónico (“e-Marketplace”) en una declaración de exportación y enviar solo la información mínima, como el código arancelario. Adicionalmente, para registrarse ante la aduana para hacer uso del nuevo formato de declaración de exportación, una empresa de exportación de comercio electrónico solamente requiere su número de registro comercial general.

**Cuadro 15**  
**Corea: estadísticas del servicio goGlobal, 2017-2019**

	2017	2018	2019 (enero - abril)
Exportadores ( <i>Número</i> )	141	395	538
Países importadores ( <i>Número</i> )	99	143	154
Valor de las exportaciones (FOB, dólares)	4 411 367	24 209 149	38 584 336
Despachos de exportación ( <i>Número</i> )	49 456	141 573	220 095

Fuente: Elaboración propia.

### 3. Uso de tecnologías adecuadas para las PYMES

Para poder conectar y aprovechar las ventajas que ofrecen las ventanillas únicas de comercio o las plataformas de comercio sin papel, es esencial implementar sistemas informáticos para la gestión de procesos, proveedores y clientes. Al mismo tiempo, es imprescindible una buena conectividad y fácil acceso a estas herramientas. No obstante, las PYMES enfrentan limitaciones y carencias en sus sistemas de información, en parte por la falta de recursos financieros. De la misma forma, estas empresas carecen de recursos humanos especializados para aplicar eficazmente las TIC y mantener los sistemas de información empresariales. En comparación, las grandes empresas cuentan con sistemas sofisticados para la planificación de recursos empresariales (*Enterprise Resource Management, ERP*), la gestión de la cadena de suministro (*Supply chain management, SCM*) y la gestión de relaciones con clientes (*Customs relations management, CRM*), así como con los recursos y capacidades para conectarse directamente con la ventanilla única de comercio o la plataforma de comercio sin papel.

En la primera etapa del comercio sin papel, durante los años 80 y 90, en los países principalmente avanzados se intercambiaba información por medio de los mensajes EDI estándar a través de redes cerradas proporcionadas por un proveedor de servicios de VAN. Esta tecnología ayudó a las comerciantes y a las autoridades a ahorrar tiempo y costos, permitiéndoles comunicarse digitalmente a través de la red, utilizando sus propios sistemas de información.

En Corea, las autoridades aduaneras y portuarias también emplearon las tecnologías EDI y VAN para la automatización de sus procedimientos. De igual modo, estas tecnologías les permitió digitalizar muchos documentos administrativos (e.g. declaración aduanera y el manifiesto) utilizando estándares EDI. No obstante, el costo de introducir sistemas EDI y VAN no fue menor, lo que se convirtió en una barrera para el acceso de las PYMES al comercio sin papel. Fueron sobre todo los agentes de aduanas, los agentes de carga, los transportistas y los puertos quienes podían implementar estas tecnologías para acceder a los sistemas aduaneros y portuarios sin papel.

La introducción del internet fue un cambio de paradigma en el comercio sin papel. Esta nueva tecnología posibilitó el desarrollo de una ventanilla única de comercio basada en internet y sistemas de comercio sin papel, permitiendo que las PYMES accedieran a estas herramientas sin una gran inversión. En Corea, el detonante para aumentar considerablemente la participación de las PYMES en el comercio sin papel fue el desarrollo de un portal de comercio basado en la web, de modo que las PYMES accedieron a los servicios de comercio sin papel sin una inversión inicial. Este fue el primer paso para que los servicios de comercio sin papel se abrieran a las PYMES. Así las cosas, el ingreso de las PYMES a la ventanilla única de comercio basada en la web depende en gran medida del acceso a internet en los países en desarrollo.

Tanto la ventanilla única de comercio como los sistemas de comercio sin papel requieren un alto nivel de seguridad de la información, lo cual a su vez requiere inversiones significativas. La seguridad de la información está relacionada con la autenticación, el no rechazo, la confidencialidad e integridad de los datos, la

responsabilidad y la confiabilidad<sup>11</sup>. Un certificado digital es una herramienta que ofrece un alto nivel de seguridad con respecto a las características mencionadas. No obstante, su adopción puede incrementar las restricciones presupuestarias tanto para el operador como para los usuarios. Sin embargo, la falta de seguridad de la información podría frenar considerablemente el uso de sistemas de TI.

Para promover y facilitar el uso de uTradeHub en Corea, la adopción de tecnologías adecuadas fue clave. Por ejemplo, el certificado digital es muy común en Corea gracias a la Ley de Transacciones Electrónicas. Esta ley permitió utilizar un certificado digital para realizar transacciones electrónicas. Por otra parte, el certificado digital se utiliza en cada transacción de uTradeHub con el fin de mejorar la seguridad y garantizar la validez legal de los documentos electrónicos.

Los negocios internacionales y los comerciantes requieren servicios disponibles todo el tiempo y con la menor cantidad de fallos posibles. Por ende, es importante diseñar una ventanilla única de comercio o una plataforma de comercio sin papel muy robusta para prestar los servicios sin interrupciones durante las 24 horas del día, los 7 días de la semana. La tolerancia a los fallos se trata comúnmente por medio de 3 métodos:

- Replicación: aplicar el mismo sistema en paralelo y admitir grandes transacciones;
- Redundancia: preparar el mismo sistema como un sistema secundario y, en caso de falla, cambiar al sistema secundario; y
- Diversidad: aplicar un sistema equivalente, pero no el mismo, en paralelo para evitar el mismo tipo de situación de falla.

En Corea, en lo que concierne a la tolerancia a fallos, la mayoría de los sistemas públicos electrónicos están empleando los métodos de redundancia y replicación.

Otro tema fundamental son los estándares web y la accesibilidad y compatibilidad web, los cuales promueven el uso libre y conveniente de la web. A su vez, estos estándares ayudan a expandir la base de usuarios y mejoran la eficiencia del desarrollo y operación de nuevos dispositivos. No obstante, estos estándares no garantizan la accesibilidad y compatibilidad web. La accesibilidad web prioriza la seguridad del acceso universal y la compatibilidad web prioriza la seguridad de la interoperabilidad independiente del sistema operativo y el software. En el caso de Corea, el sistema público debe cumplir con las Directrices de Accesibilidad para el Contenido en la Web de Corea<sup>12</sup>, lineamientos que son administrados por el Laboratorio de Accesibilidad Web de la Comisión de Comunicaciones de Corea.

**Cuadro 16**  
**Corea: lineamientos para la accesibilidad del contenido web**

	Propósito	Cumplimiento	Diferencia
Estándares web	Garantizar la usabilidad y accesibilidad de la web	Cumplimiento del estándar W3C (sintaxis) sobre HTML, CSS, etc. -Recomienda separación de estructura, expresión y acción como HTML, CSS, JavaScript	Estándares técnicos relacionados con el contenido, la presentación y el comportamiento de la web
Navegación cruzada	Versión del navegador web, acceso al sitio web independientemente de su tipo	Asegurar la compatibilidad del navegador a través del cumplimiento de los estándares web -Cumplimiento de sintaxis HTML y CSS -Comportamiento, diseño, compatibilidad de complementos	Incluyendo estándares web
Accesibilidad web	Acceso a información web sin restricciones sobre factores humanos y ambientales	Iniciativa de Accesibilidad Web (WAI, por sus siglas en inglés) del Consorcio World Wide Web (W3C) -Facilidad de reconocimiento, de operación, comprensión y robustez	

Fuente: Elaboración propia.

<sup>11</sup> Un ejemplo de norma de seguridad es la ISO/IEC 27000:2009.

<sup>12</sup> Para mayores detalles, véase <https://www.wah.or.kr/>.

#### 4. Capacitación y herramientas informáticas para la formación de las PYMES

El desarrollo de capacidades es uno de los enfoques más efectivos para fortalecer la competitividad de las PYMES. En Corea, la Agencia para la Promoción del Comercio e Inversiones (*Korean Trade-Investment Promotion Agency*, KOTRA) y la Corporación para pequeños y medianas empresas (*Small and Medium Business Corporation*, SBC) son las principales agencias ejecutoras de programas permanentes de formación y desarrollo de capacidades relacionados con la exportación. Estas agencias, incluidas sus sucursales locales regionales en el país, ofrecen varios programas de desarrollo de capacidades, entre otros, para promover el comercio sin papel.

Además, el Ministerio de Comercio, Industria y Energía, el Ministerio de Empleo y Trabajo y el Ministerio de PYMES y Empresas Emergentes apoyan a las asociaciones industriales para proveer diversos tipos de programas de desarrollo de capacidades relacionados con el comercio exterior, entre ellos el programa de comercio sin papel. Por su parte, KITA ha estado operando desde 1984 un instituto profesional de capacitación relacionado con el comercio internacional, afiliado a dicha entidad, llamado Academia de Comercio ("*Trade Academy*"<sup>13</sup>), donde se dicta un curso sobre los servicios de comercio sin papel.

Regularmente se brindan programas de desarrollo de capacidades a distintos miembros de la comunidad de comercio exterior: comerciantes, empresas de logística, agentes de aduanas, bancos comerciales y otros institutos financieros. Además, en colaboración con la Cámara de Comercio e Industrias de Corea, KITA, la Federación de Bancos de Corea y la Federación de PYMES de Corea (K-BIZ), KTNET organiza un programa de capacitación un 1 día cada mes.

El lanzamiento de nuevos servicios de comercio sin papel para las PYMES (e.g. certificado de compra, certificados de origen preferenciales electrónicos y goGlobal) requiere una capacitación para los potenciales usuarios. Para esto, los equipos relacionados con esos servicios en KTNET organizan un programa de capacitación colectiva de 1 día con KITA y sus sucursales regionales durante casi 2 meses antes y después del lanzamiento del nuevo servicio. En este periodo, el equipo de KTNET visita las 10 ciudades principales en Corea de acuerdo con el cronograma acordado con las sucursales regionales de KITA.

Para este propósito, KTNET ha creado materiales de capacitación y ha facilitado capacitadores profesionales. Cada sucursal de KITA difunde el programa de capacitación entre sus miembros y reúne usuarios potenciales. En Seúl, la permanente colaboración con las diferentes asociaciones industriales y profesionales, como la Cámara de Comercio e Industria de Corea, K-BIZ, la Federación de Bancos de Corea, la Asociación de Fabricantes de Automóviles de Corea y la Federación de Industrias Textiles de Corea, permite realizar los programas de capacitación en cada asociación, así como una capacitación general.

El programa de capacitación organizado exclusivamente por KTNET para sus clientes es otra actividad esencial. Por medio de estos programas de capacitación colectiva "fuera de línea" sobre los nuevos servicios, los problemas y aspectos imprevistos pueden identificarse fácilmente y son los mismos usuarios quienes sugieren las posibles soluciones.

En resumen, los programas de capacitación periódicos permiten acomodar a nuevas empresas y ofrecen una oportunidad para introducir los nuevos servicios a la comunidad de comerciantes. Uno de los beneficios derivados de la capacitación colectiva es que facilita la recolección de solicitudes y demandas directamente de los usuarios. Esta retroalimentación obtenida en la capacitación contribuye a la adaptación y la rápida difusión de los nuevos servicios. De igual forma, el funcionamiento de servicio de asistencia técnica las 24 horas del día y los 7 días de la semana es indispensable para el desarrollo de capacidades de los usuarios de la ventanilla única de comercio. KTNET está operando su servicio de asistencia de forma ininterrumpida y cuenta con más de 40 agentes profesionales para atender a sus clientes.

---

<sup>13</sup> Para mayores detalles, véase [www.tradecampus.com](http://www.tradecampus.com).

En 2015 KTNET creó uTradeEdu, un programa de simulación educativa de uTradeHub y el cual requirió una inversión de 520 mil dólares (excluyendo los costos laborales del personal de KTNET). Desde noviembre del 2015 y hasta abril de 2016, se invirtieron otros 200 mil dólares para la actualización del sistema<sup>14</sup>. Sobre la base de un Sistema de Gestión de Aprendizaje (*Learning Management System, LMS*), el software educativo está diseñado para enseñar y aprender los procedimientos relacionados con el comercio internacional, los términos primarios del comercio (e.g. INCOTERMS) y las Costumbres y Prácticas Uniformes para los Créditos Documentales (*Uniform Customs and Practice for Documentary Credits, UCP*).

Al mismo tiempo, el software enseña sobre la elaboración de documentos de comercio, como los contratos, facturas y listas de empaque, entre otros. Los estudiantes aprenden a usar uTradeHub mediante este programa de simulación. Ellos pueden elegir el nivel de dificultad, de acuerdo con su conocimiento sobre el comercio internacional. Los maestros pueden elaborar los objetivos de aprendizaje según la clase y el nivel de conocimiento de los estudiantes. KTNET tiene planes de actualizar uTradeEdu para la formación virtual en el futuro.

Hasta mediados de 2019, son 5 universidades con un departamento de comercio internacional, 10 escuelas profesionales de enseñanza secundaria, 4 OPE y 1 centro de formación profesional patrocinados por el Ministerio de Empleo y Trabajo de Corea los que han comprado la licencia de uTradeEdu. Dos centros de formación profesional adicionales y 1 OPE planean comprar la licencia del software. Además, se distribuyeron licencias a institutos de educación de comercio internacional operados por el OPE (e.g. "Trade Academy" de KITA), a parques tecnológicos (los cuales están diseñados para promover la colaboración entre universidades, gobiernos municipales y PYMES locales) y centro de formación profesional patrocinados por el Ministerio de Empleo y Trabajo de Corea.

Por medio de cooperación bilateral a nivel gubernamental para compartir conocimientos sobre comercio sin papel, se implementó en Bielorrusia una versión modificada de uTradeEdu con funciones básicas en ruso, donde el Ministerio de Comunicaciones e Informática de este país está operando el software para los miembros de su comunidad de comerciantes.

Los softwares educativos pueden utilizarse para enseñar a futuros comerciantes, como estudiantes de escuelas profesionales de enseñanza secundaria y estudiantes de comercio internacional en las principales universidades. En la preparación de un entorno de formación virtual, el software educativo sobre la ventanilla única es un elemento imprescindible.

---

<sup>14</sup> Estimaciones basadas en información interna de KTNET.



## II. La adaptación de la ventanilla única a las necesidades de las PYMES en América Latina y el Caribe

### A. Aprendizajes del caso coreano

A través de una revisión de literatura y casos prácticos, se identificaron las barreras y oportunidades para la internacionalización de las PYMES (véase diagrama 6). Algunas de estas restricciones son causadas por factores internos de la empresa, mientras que otras obedecen a factores externos. Las oportunidades para la internacionalización de las PYMES pueden clasificarse en factores privados y públicos. Igualmente, se revisaron algunas buenas prácticas respecto a los servicios de la ventanilla única de comercio para las PYMES en Corea.

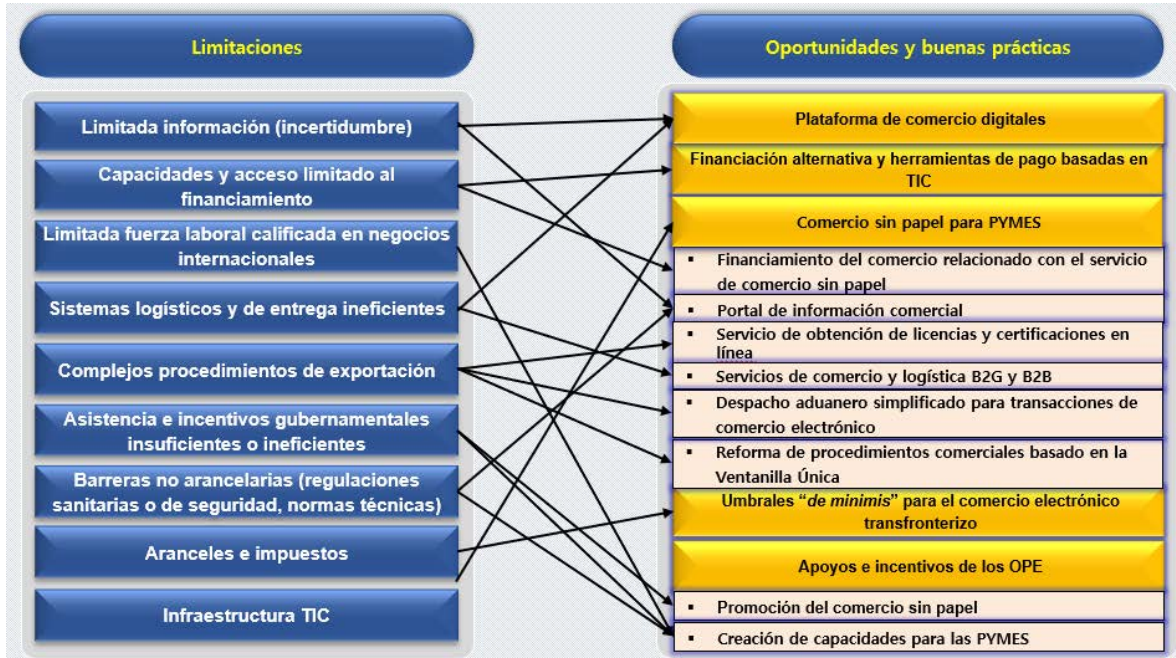
Generalmente, el OPE es la institución que brinda el mayor apoyo a la internacionalización de las PYMES. Estas oficinas ayudan a las PYMES a través de programas de creación de capacidades, proporcionando información sobre mercados, servicios de asistencia comercial y soporte en los procesos de certificación. Sin embargo, la aparición de nuevas plataformas de comercio digital o mercados electrónicos transfronterizos también están ayudando en la internacionalización de las PYMES. Estas plataformas tienen diversas funciones comerciales, como las tiendas dentro de otras tiendas (modelo “Shop-in-Shop”), el registro de artículos de venta, la solicitud de cotizaciones para el emparejamiento comercial (*business matchmaking*) y servicios de protección al comprador (e.g. inspección de bienes).

Las plataformas de comercio digital y los portales de información comercial pueden ser herramientas de apoyo para que las PYMES accedan a la información que necesitan. En este sentido, el portal de información comercial de Corea —“TradeNavi”— es un buen ejemplo. Es difícil para una sola entidad recolectar, organizar y proporcionar toda la información comercial. Por esto, este portal coopera con 50 entidades para recopilar información comercial valiosa para las PYMES. La coordinación



entre las entidades relacionadas con el comercio es crucial para proveer un servicio de información comercial integral a las PYMES.

**Diagrama 6**  
Limitaciones, oportunidades y mejores prácticas para la internacionalización de las PYMES



Fuente: Elaboración propia.

Por otro lado, las herramientas de financiamiento alternativo y de pagos electrónicos también contribuyen a que las PYMES tengan más oportunidades para acceder al crédito y/o intereses más bajos. Por su parte, los OPE pueden coordinarse con el administrador/operador de la ventanilla única para ofrecer un programa de creación de capacidades en comercio sin papel para el personal de las PYMES o con instituciones académicas para aumentar las habilidades vocacionales de los estudiantes universitarios con el fin de que existan personal capacitado disponible en el mercado laboral.

Las facilidades y servicios relacionados con logística que ofrecen las plataformas de comercio digital pueden reducir o eliminar algunos obstáculos para la internacionalización de las PYMES. De igual modo, los servicios de logística B2B dentro de la ventanilla única de comercio (e.g. reserva de la carga, instrucciones de envío y el seguimiento del movimiento de la carga) pueden ayudar a que las PYMES mejoren su servicio al importador, así como a reducir los costos y el tiempo de la operación.

La reforma de procedimientos comerciales basado en la ventanilla única de comercio simplifica el despacho de aduanas y la obtención de licencias y certificaciones que se requieren para cumplir con las formalidades y normatividad aduanera. Ahora, la introducción de otros servicios o funcionalidades, como el despacho aduanero simplificado para las transacciones de comercio electrónico, podrían beneficiar a las PYMES en el embarque de paquetes pequeños a sus consumidores extranjeros.

Los esfuerzos realizados por los OPE pueden ser más efectivos y eficientes cuando existe un mecanismo de coordinación con otras instituciones. Sin una coordinación apropiada, las PYMES tendrán dificultades para encontrar el apoyo adecuado de los OPE u otras organizaciones, lo que implicaría un desaprovechamiento de los recursos de estas entidades. El gobierno central o una organización nacional de facilitación del comercio puede iniciar la armonización del trabajo de las

entidades involucradas en la internacionalización de las PYMES y establecer las prioridades en la asignación de presupuesto y recursos por mandato del gobierno.

Como se ha demostrado en el caso de TradeNavi, se puede reducir distintas barreras no arancelarias que afectan a las PYMES por medio de los portales de información comercial y el servicio de soporte en los procesos de certificación ofrecidos por los OPE. La ventanilla única de comercio basada en internet ha hecho más accesible los servicios de comercio sin papel para las PYMES. Emplear tecnología de vanguardia que permita desarrollar una interfaz amigable, con un menor costo para los usuarios, podría ser un incentivo para que las PYMES utilicen la plataforma. Por consiguiente, al diseñar la ventanilla única de comercio, es ineludible proporcionar una interfaz fácil y conveniente para los usuarios.

## B. Recomendaciones técnicas

La mayoría de las ventanillas únicas en América Latina están centradas esencialmente en los servicios de despacho de aduanas, razón por la cual los comerciantes no se encuentran dentro del grupo de usuarios habituales. Para promover el uso de la ventanilla única de comercio por parte de las PYMES, se requiere incluir servicios de valor agregado en comercio sin papel para estas empresas. Sin embargo, como cada país tiene un entorno de ventanilla única diferente y un nivel de preparación distinto en la participación de las PYMES en el comercio sin papel, es primordial analizar cuidadosamente las necesidades y la preparación de las PYMES antes de implementar nuevos servicios.

Se debe considerar qué servicios de comercio sin papel proporcionan un valor agregado real a las PYMES. El servicio de valor agregado más común dentro de la ventanilla única de comercio para las PYMES son los servicios de logística B2B. Otra área de gran interés para la internacionalización de estas empresas es el acceso al financiamiento del comercio. Al respecto, la ventanilla única de comercio de Corea (uTradeHub) presenta un esquema exitoso de financiamiento de la cadena de suministro para las PYMES.

Las plataformas de comercio digital o mercados electrónicos (“e-MarketPlace”) a menudo son consideradas como un área de negocios exclusiva del sector privado. Pese a esto, el impulso reciente en el comercio internacional fue provocado por la introducción del comercio electrónico transfronterizo. No obstante, no es claro si una PYME sin experiencia en un país en desarrollo podría beneficiarse de las plataformas de comercio digital internacionales frente a competidores fuertes y experimentados de otros países.

Actualmente hay gobiernos que operan mercados electrónicos públicos para ayudar a las PYMES que carecen de experiencia de exportación a afianzarse en los mercados extranjeros. En la mayoría de los casos, el OPE gestiona esta herramienta. En consecuencia, la cooperación entre el mercado electrónico público y la ventanilla única de comercio podría beneficiar a ambos sistemas. De hecho, la ventanilla única de comercio puede ser el operador del mercado electrónico público y, de esta manera, convertirse en una plataforma de comercio digital integral para las PYMES.

De acuerdo con el Acuerdo sobre Facilitación del Comercio (AFC) de la OMC, vigente desde 2017, los miembros de dicha organización acordaron publicar la información general relacionada con el comercio exterior, de una forma no discriminatoria y de fácil acceso, para que los gobiernos, comerciantes y otros interesados puedan tener conocimiento de ella. Igualmente, el AFC alienta a los miembros a poner a disposición información adicional relacionada con el comercio a través de internet.

A propósito de estas disposiciones del AFC, muchos países miembros de la OMC están construyendo y desarrollando portales de información comercial para facilitar el acceso a sus datos e información relacionada con el comercio, lo que a su vez reduce el umbral para realizar nuevas operaciones comerciales para las PYMES. Pese a lo anterior, las PYMES tienen una fuerte demanda por información comercial sobre los países objetivo para sus exportaciones.

A diferencia de las grandes empresas, el acceso a la información necesaria para exportar bienes y servicios a otros países es bastante limitado y desafiante para las PYMES. Estas empresas se desaniman a realizar negocios internacionales debido a barreras inesperadas que encuentran en los países importadores y costos ocultos que deben cubrir. Por este motivo, es muy recomendable operar un portal con información comercial de los principales mercados de destino para mejorar la visibilidad comercial de las PYMES.

### **C. Recomendaciones de política**

Los servicios proporcionados por la ventanilla única de comercio no pueden clasificarse en servicios para grandes empresas y para las PYMES. No obstante, la inversión de la ventanilla única de comercio como infraestructura socioeconómica ha contribuido a facilitar la internacionalización de las PYMES. En comparación con las grandes empresas, las cuales tienen una mayor disponibilidad de recursos y capacidades para sus negocios, las PYMES tienen varias limitaciones en sus recursos y capacidades. Por ello, la política gubernamental debería hacer énfasis en la promoción de las PYMES y asegurar los beneficios económicos para las PYMES en la política de la ventanilla única de comercio.

El caso coreano ofrece una buena práctica con respecto al marco legal y la reingeniería de los procesos comerciales, que se conjugaron con la adopción de la tecnología adecuada para el funcionamiento estable de la ventanilla única de comercio e incentivar la participación de los comerciantes. El marco institucional, que incluye la designación de la agencia líder y una organización adecuada para apoyar, implementar y operar la ventanilla única, así como un esquema financiero para la inversión y la operación de la plataforma, el consenso entre los diferentes interesados públicos y privados sobre varios aspectos de la ventanilla única y un programa de capacitación y educación oportuno para los usuarios son todos elementos cruciales que hacen parte de la agenda de políticas a considerar para la implementación y operación de la ventanilla única en América Latina.

Adicionalmente, para garantizar la seguridad y confiabilidad de las transacciones, junto con la validez legal de los documentos electrónicos, a través de la ventanilla única de comercio, es imprescindible establecer un buen marco legal. El caso coreano muestra que un robusto marco legal genera confianza entre los comerciantes y acelera la participación de la ventanilla única en diferentes tipos de transacciones electrónicas, lo que se convierte en un incentivo para promover el uso de esta plataforma.

### **D. Otras recomendaciones**

El comercio sin papel para las PYMES es considerado una de las oportunidades y mejores prácticas para promover la internacionalización de estas empresas. Para superar las limitaciones que enfrenta las PYMES en su proceso de internacionalización, el comercio sin papel y la ventanilla única de comercio podrían ser herramientas claves para resolver estas dificultades. Por este motivo, las oportunidades de capacitación y la creación de capacidades para utilizar la ventanilla única de comercio son actividades imperativas para la internacionalización de las PYMES.

Los programas de capacitación colectivos y periódicos sobre la ventanilla única de comercio para las PYMES son una manera eficaz de atraer a nuevas empresas y mantener a los usuarios actuales. Una externalidad positiva de la capacitación colectiva es que permite la recopilación de solicitudes y demandas directamente de los comerciantes y las PYMES. Los cursos periódicos de capacitación sobre la ventanilla única de comercio, que permiten obtener un certificado acreditado por el gobierno, son una buena medida para crear trabajadores calificados en negocios internacionales para las PYMES.

Para superar la distancia física de las PYMES ubicadas en los lugares alejados de la capital del país, es muy recomendable el lanzamiento de un software educativo sobre comercio sin papel por parte

del gobierno. Esto está estrechamente relacionado con la formación virtual o aprendizaje en línea y el envío de instructores profesionales por parte de las entidades responsables de la ventanilla única de comercio y el OPE a ciudades distantes de la capital. Estas actividades podrían ser medidas efectivas para el desarrollo de capacidades en América Latina. Adicionalmente, el software educativo podría utilizarse para enseñar a futuros comerciantes, como estudiantes de escuelas profesionales de enseñanza secundaria y estudiantes de comercio internacional en las principales universidades. En la preparación de un entorno de formación virtual, el software educativo sobre la ventanilla única es un elemento indispensable.

La ventanilla única puede ser un instrumento potente que contribuye al crecimiento económico por medio de la facilitación del comercio y el apoyo para convertir a las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (MIPYMES) en empresas de exportación a través de la simplificación de los procedimientos comerciales y un entorno amigable para las PYMES. Teniendo en cuenta este importante papel de la ventanilla única de comercio, los cargos por servicios razonables y aceptables para las PYMES son un factor crítico. Por esta razón, son muy recomendados los aportes e inversión pública para desarrollar e implementar la ventanilla única de comercio. En el caso de Corea, la ventanilla única recibió del gobierno 75 millones de dólares como capital inicial y posteriormente otros 30 millones de dólares destinados a la actualización del sistema para migrar a una plataforma basada en internet.

Una buena práctica de la experiencia coreana es la diversidad de formas de cooperación entre la OPE y la ventanilla única de comercio para ofrecer distintos tipos de servicios a las PYMES. En las primeras etapas de una exportación de una PYME, cuando se ésta en busca de potenciales compradores en el extranjero, una buena cooperación entre ambas instituciones es primordial para una promoción comercial exitosa y la utilización de la plataforma de comercio digital y el portal de información comercial. Es más, esta cooperación es trascendental para una operación eficiente y exitosa de los programas de capacitación para las PYMES, lo que finalmente fortalece las capacidades de estas empresas para el uso de los instrumentos de comercio sin papel.

La gran mayoría de los países de América Latina y el Caribe cuentan con un OPE, cuyo principal objetivo es la promoción de las exportaciones de las PYMES. La cooperación entre los OPE y la ventanilla única de comercio en el campo de la capacitación, los eventos de promoción de exportaciones, la búsqueda de mercados y otras actividades podrían potenciar las exportaciones de las PYMES de una manera importante. Por lo tanto, se recomienda que la entidad responsable de la ventanilla única de comercio y los OPE procuren determinar roles y responsabilidades adecuados y establezcan una relación de cooperación.

Para promover la utilización de la ventanilla única de comercio por parte de los comerciantes, incluyendo las PYMES, es recomendable diseñar e implementar servicios diferenciadores (killer services). Según la experiencia de uTradeHub, la mayoría de los usuarios que emplean el servicio relacionado con el despacho de aduanas son agentes de aduanas. En el caso de los servicios logísticos, la mayoría de los usuarios son empresas de transporte o de logística, incluyendo los agentes de carga. Por su parte, los comerciantes, entre ellos las PYMES, son usuarios directos de los servicios de comercio B2B y del financiamiento del comercio.



## Bibliografía

- Asia-Pacific Economic Cooperation (APEC) (2011), "Study on SME Internationalization Best Practices Across Selected APEC Economies", Singapur: SPRING y BDO.
- Bieron, B., H. Melin, y A. Elias (2016), "eBay Small Online Business Growth Report: Towards an Inclusive Global Economy", *Annual Policy Paper* (enero), Washington, DC: eBay Main Street.
- Duval, Y. y C. Utoktham (2014), Enabling Participation of SMEs in International Trade and Production Networks: Trade Facilitation, Trade Finance and Communication Technology, *ARTNeT Working Paper Series*, No. 146, Bangkok: UNESCAP.
- Freund, C., G.C. Hufbauer, y E. Jung (2016), *Enhancing Export Opportunities for Small and Medium Sized Enterprises*, Washington D.C.: Peterson Institute for International Economics.
- Gaur, A. y V. Kumar (2010), "Internationalization of Emerging Market Firms: A Case for Theoretical Extension", *Advances in International Management*, Vol. 23, pp. 603–627.
- Ha, S.H. (2018), *Single window for trade facilitation: regional best practices and future development*, Bangkok: UNESCAP.
- Ha, S.H. y S.W. Lim (2014), "The Progress of Paperless Trade in Asia and the Pacific: Enabling International Supply Chain Integration", *ADB Working Paper Series on Regional Economic Integration*, No. 137, Manila.
- Hanna, N.K. (2016), "E-commerce as a techno-managerial innovation ecosystem: Policy implications", *Journal of Innovation Management*, 4(1).
- Hoekman, B. y B. Shepherd (2015), Who Profits from Trade Facilitation Initiatives? Implication for African Countries, *Journal of African Trade*, 2, no. 1: 51–70.
- International Trade Centre, (2018), *SME Competitiveness Outlook 2018; Trade Business Ecosystems for the Digital Age*, Ginebra.
- \_\_\_\_ (2016), *SME Competitiveness: Standard and regulation matters*, Ginebra.
- \_\_\_\_ (2015), *Monitoring Survey of Trade Support Institutions*, Ginebra.
- Manyika, J., Lund, S., Bughin, J., Woetzel, J. R., Stamenov, K., & Dhingra, D. (2016). *Digital globalization: The new era of global flows*, McKinsey Global Institute.
- Mejri, K. y K. Umamoto (2010), "Small- and medium-sized enterprise internationalization: Towards the knowledge-based model", *Journal of International Entrepreneurship*, 8(2): 156-167.
- Meltzer, J.P. (2015), *Maximizing the Opportunities of the Internet for International Trade*, E15 Initiative, International Centre for Trade and Sustainable Development (ICTSD) and World Economic Forum, Ginebra.

- OCDE-APEC (2006), Removing Barriers to SME Access to International Markets. Final background report of the OECD-APEC joint project on "Removing Barriers to SME Access to International Markets" Paris.
- Oh, K.Y., A.R. Anderson y D. Cruickshank (2012), "Perceived barriers towards the use of e-trade processes by Korean SMEs", *Business Process Management Journal*, 18(1), pp.43 – 57.
- OMC (2016), *La financiación del comercio y las pymes: subsanar las deficiencias*, Ginebra.
- Sawafuji, T. (2011), "Japan's Development of a Single Window - Case of NACCS", *UNNExT Brief No. 6*, United Nations Network of Experts for Paperless Trade and Transport in Asia and the Pacific (UNNExT), Bangkok.
- Tavengerwei, R. (2018), "Using Trade Facilitation to Assist MSMEs in E-Commerce in Developing Countries", *Journal of International Economic Law*, 21(2), pp. 349–378.
- UNCTAD (2017), *E-Commerce: Global trends and developments, 2017*, eTrade Readiness Assessments Division on Technology and Logistics, Ginebra.
- UNESCAP (2014), *Estimating the Benefits of Cross-Border Paperless Trade*, Bangkok.

La plataforma nacional de comercio sin papel uTradeHub de la República de Corea es un ejemplo de ventanilla única de comercio exterior que facilita el proceso de internacionalización de las pequeñas y medianas empresas (pymes). Ofrece trámites relacionados con el comercio exterior tales como servicios financieros y logísticos y de seguros, y las pymes representan más del 99% de sus usuarios. El caso de uTradeHub muestra cómo se puede incentivar el uso de las ventanillas únicas de comercio exterior por parte de las pymes, al disponer del diseño e implementación de servicios útiles para estas empresas, una interfaz fácil de utilizar, un marco institucional apropiado, un mecanismo financiero para mejoras continuas y un programa de capacitación para los usuarios.