PROCOMPETENCIA | COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA

PLATAFORMAS DIGITALES, COMERCIO ELECTRÓNICO Y MIPYMES.

RECOMENDACIONES PARA MEJORES PRÁCTICAS

María Elena Vásquez
Presidenta de la Comisión Nacional de Defensa de la Competencia (**PRO-COMPETENCIA**).

CONTENIDO

A La disrupción de la economía digital.

B ¿Cómo podemos hacer de nuestras MiPymes empresas más eficientes, solidas e innovadoras?

C Recomendaciones de Buenas Prácticas: desafíos por enfrentar.

PROCOMPETENCIA

A La disrupción de la economía digital.

- El siglo XX transformó las modalidades de comercio existentes en toda la historia de la humanidad, de la mano de un proceso denominado globalización.

- La disrupción de la economía digital ha transformado las estructuras comerciales, la forma en la que interactúan las empresas, los consumidores, la manera de incursionar en un mercado, y los bienes y servicios a nivel general.

A La disrupción de la economía digital.

- En el período comprendido entre 2011-2015, el mercado de envíos de paquetes intrarregionales en América Latina creció en un 25%, generando miles en ganancias y afianzando las relaciones comerciales entre los distintos países de la región, principalmente los de la Alianza del Pacífico compuesta por Chile, Colombia, México y Perú. Estos datos nos indican que el comercio electrónico se ha posicionado a nivel mundial y regional como uno de los mayores espacios de comercio, **y nuestras MiPymes no pueden quedar al margen.**

En América Latina se estima que existen alrededor de 12,9 millones de MiPymes al 2021, de las cuales el 92,1% son Micro, 6,3% Pequeñas y otro 1,6% corresponden a Medianas Empresas, lo que a su vez representa más del 60% del empleo formal de Latinoamérica según estudios de la CEPAL

¿Cómo podemos hacer de nuestras MiPymes empresas más eficientes, solidas e innovadoras

Incentivos para la exportación

Propiciar una cultura de comercio electrónico en la población

Políticas públicas para acelerar el desarrollo de las MiPymes

B

¿Cómo podemos hacer de nuestras MiPymes empresas más eficientes, solidas e innovadoras?

Incentivos para la exportación

- Solo el 13% de las empresas de América Latina y el Caribe exportan.
- En el internet la distancia no significa un reto para el intercambio comercial. El comercio electrónico permite que los consumidores puedan conocer e interactuar con los vendedores de manera rápida y segura. Lo que provoca una reducción en los costos que tradicionalmente implicaba comercializar los productos en el exterior, permitiendo que las pequeñas empresas puedan expandir sus mercados.

B ¿Cómo podemos hacer de nuestras MiPymes empresas más eficientes, solidas e innovadoras?

Propiciar una cultura de comercio electrónico en la población

- Este fomento es tan importante, que en varias encuestas realizada por la USAID, la alfabetización digital de la población resaltó como uno de los principales retos para el crecimiento del comercio electrónico.
- El COVID-19 fue el punto inicial que dejó en evidencia la potencialidad de las plataformas digitales y el comercio electrónico para el sostenimiento de las MiPymes. Esto incentivó a que aquellas que no contaban con ninguna plataforma, comenzaran a utilizarlas, pues, en América Latina,

B ¿Cómo podemos hacer de nuestras MiPymes empresas más eficientes, solidas e innovadoras?

Políticas públicas para acelerar el desarrollo de las MiPymes

- Proyectos "Compra lo Nuestro" en Colombia y Digitaliza tu Pyme de Chile.
- República Dominicana cuenta con alrededor de 1.5 millones de MiPymes. Resalta la plataforma "Formalízate" y los Centos MiPymes.

C

Recomendaciones de Buenas Prácticas: desafíos por enfrentar.

Concentración de mercados que provoca killer-acquisitions.

Manejo de datos personales

Caso Ohio vs Amex

PROCOMPETENCIA

CONCLUSIÓN

CONCLUSIÓN

1.

Las MiPymes son importantes generadoras de empleo y su desarrollo es esencial para la economía de nuestros países, y como autoridades de competencia debemos contribuir con su defensa, apoyo y acompañamiento, siempre y cuando sus actuaciones se encuentren acorde a la libre y leal competencia.

CONCLUSIÓN

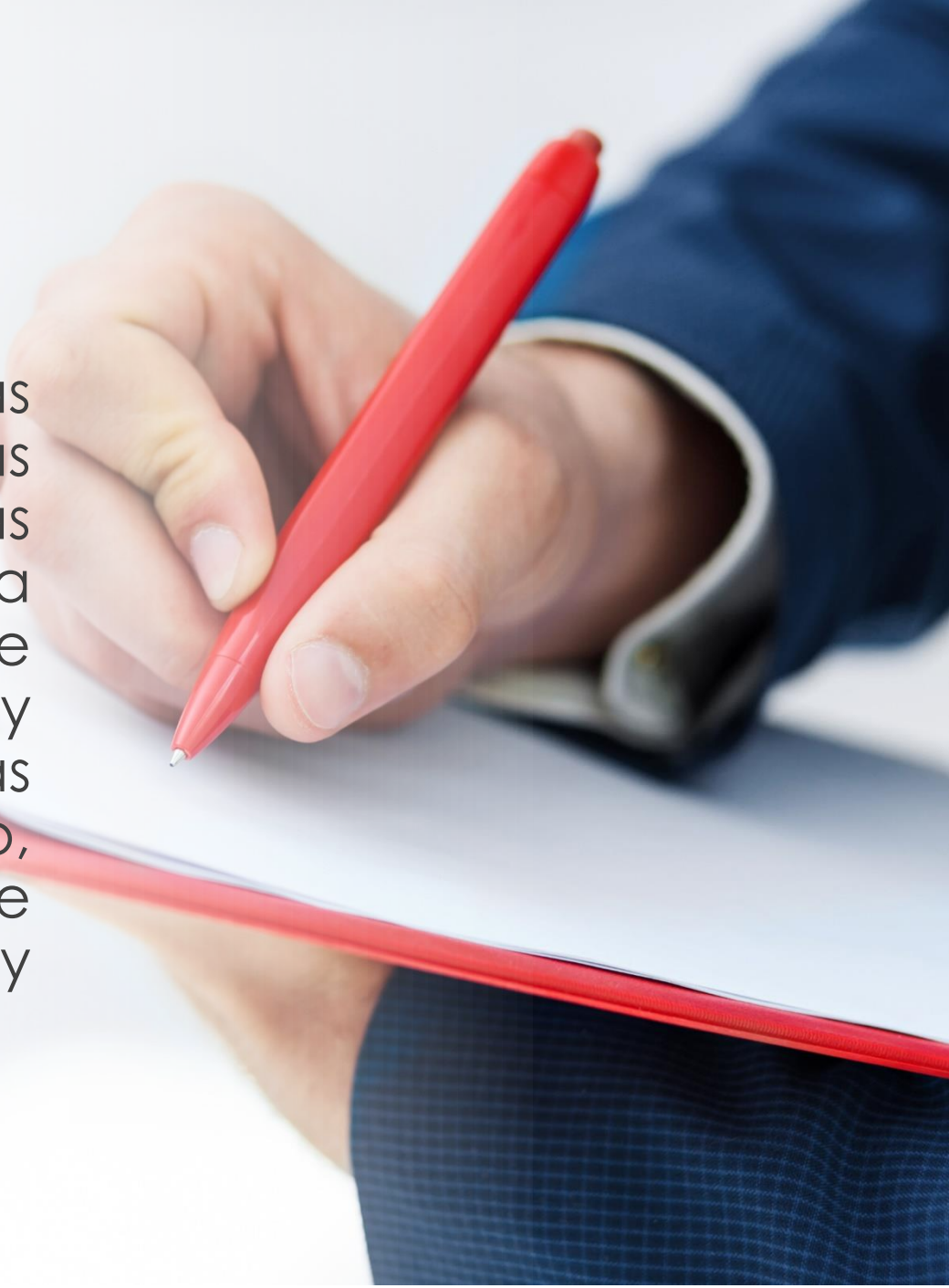
2.

Los desafíos descritos plantean cuestiones interesantes al Derecho de la Competencia y sobre el desarrollo de las MiPymes en las plataformas digitales. El comercio electrónico tiene lugar en plataformas digitales, mercados bilaterales, que producen efectos de red que conllevan generalmente un gran poder de mercado, que puede desembocar en prácticas como abuso de posición dominante o winner-takes-it-all/most.

CONCLUSIÓN

3.

Debemos ser los promotores de buenas prácticas administrativas en nuestras atribuciones reguladoras en estas plataformas, propiciando el impulso de la transparencia y cuidado en el manejo de datos personales, la promoción de estudios y observatorios que permitan visualizar las condiciones e irregularidades del mercado, así como el acompañamiento a través de programas de transformación digital y promoción de la libre y leal competencia.



PROCOMPETENCIA

COMISIÓN NACIONAL DE
DEFENSA DE LA COMPETENCIA

¡MUCHAS GRACIAS!