



CONSEJO EMPRESARIAL MEXICANO DE COMERCIO EXTERIOR, INVERSIÓN Y TECNOLOGÍA, A.C.

COMCE, a través de aliados como Alibaba, impulsan el comercio electrónico transfronterizo

- *El comercio electrónico representa alrededor del 6% del PIB nacional de México y ha crecido un 35% en la última década.*
- *Por su parte, el comercio transfronterizo constituye el 22% del total, siendo un catalizador de crecimiento para las empresas nacionales.*

Ciudad de México, a 25 de agosto de 2024.- El Consejo Empresarial Mexicano de Comercio Exterior, Inversión y Tecnología (COMCE) realizó el seminario “Regulaciones y oportunidades en el comercio electrónico transfronterizo”, en colaboración con Alibaba, asociado del organismo y empresa tecnológica especializada en comercio electrónico, venta minorista, Internet y tecnología; subrayando la relevancia del comercio electrónico en la economía global y su impacto en México.

El evento contó con destacados expertos y líderes en el sector y fue inaugurado por Rafael Valdés Mingramm, Presidente Comité Empresarial Bilateral México-China de COMCE Nacional, quien explicó que el comercio electrónico global creció un 10% en 2023, con una proyección de incremento del 8.8% para 2024. Además, señaló que, en México, las ventas en línea alcanzaron los 659 mil millones de pesos, posicionando al país como líder mundial en crecimiento en esta área.

Por su parte, Juan Carlos Baker Pineda, CEO de Consultores Internacionales ANSLEY, comentó que el comercio internacional de México podría alcanzar entre 1.4 y 1.5 billones de dólares este año. Sin embargo, para maximizar estos resultados, es crucial revisar adecuadamente la regulación del comercio digital.

Al respecto, Alfonso Rojas González de Castilla, agente aduanal y experto en exportaciones e importaciones, abordó los desafíos operativos en las aduanas y la urgencia de modernizar los procesos aduaneros para adaptarse a las demandas del comercio electrónico transfronterizo.

Además, Pierre-Claude Blaise, Director General de la Asociación Mexicana de Venta Online (AMVO), destacó que el comercio electrónico representa el 6% del PIB de México y ha crecido un 35% en la última década, mientras que el comercio transfronterizo constituye el 22% del total, beneficiando tanto a consumidores como a empresas y al gobierno, siendo un catalizador de crecimiento para las empresas nacionales. Enfatizó también en que solo el 3% de las empresas que venden en línea exportan fuera de México, por lo que se debe impulsar este comercio.

“LLEVAR AL MUNDO LO MEJOR DE MÉXICO, TRAER A MÉXICO LO MEJOR DEL MUNDMUNDO”

® Consejo Empresarial Mexicano de Comercio Exterior, Inversión y Tecnología, A.C.

Monte Elbruz No. 124, P.8 Col. Palmitas (Polanco), Miguel Hidalgo, 11560, Ciudad de México Tel. 55 5231-7100 www.comce.org.mx



CONSEJO EMPRESARIAL MEXICANO DE COMERCIO EXTERIOR, INVERSIÓN Y TECNOLOGÍA, A.C.

Complementando esta perspectiva, Breno Barlach, Director de Investigación e Innovación en Plano CDE, presentó datos que revelan que el 71% de los mexicanos con acceso a Internet han comprado en línea en los últimos tres meses, y un 64% ha realizado compras transfronterizas, lo cual no se limita a sectores más ricos, sino que también involucra a consumidores de niveles socioeconómicos más bajos.

En otro panel, Fortino Fernández, Presidente de la Comisión de Logística y Aduanas del COMCE, enfatizó la necesidad de modernizar y digitalizar las aduanas para reducir costos y tiempos, destacando la importancia de una colaboración efectiva entre los sectores público y privado; mientras que Javier Villanueva Walbey, Consejero AMMPAC, enfatizó que la flexibilidad regulatoria es clave para el éxito en la logística y comercio electrónico.

Ari Ben Saks afirmó que el comercio electrónico es el motor del desarrollo económico del siglo XXI y resaltó la importancia de la transparencia y la agilidad en las cadenas de suministro, y cómo el comercio electrónico puede ayudar a las pymes a acceder a mercados globales, a pesar de que la falta de demanda por productos nacionales es un reto.

John Edwin Mein, Coordinador Ejecutivo de PROCOME, agregó que el comercio electrónico es un desafío internacional que las aduanas están intentando resolver. Destacó que el cambio en las prácticas del consumidor es irreversible y que las aduanas están trabajando para adaptarse a esta nueva realidad global.

Además, el Embajador Julián Ventura, Consejero Senior de Albright Stonebridge Group, elogió la colaboración entre el COMCE y Alibaba, y expresó su entusiasmo por el potencial que esta alianza tiene para integrar a México en el ecosistema global de comercio electrónico. Felipe Daud, Director de Asuntos Institucionales para LATAM de Alibaba, subrayó la necesidad de capacitación y colaboración para mejorar la exportación de productos mexicanos, y enfatizó la importancia de agregar valor a los productos para justificar los costos de transporte y competir en mercados internacionales.

Finalmente, Adriana Romo, Trade Compliance Manager en UPS, explicó las barreras que enfrentan las pymes, como altos costos y regulaciones en mercados extranjeros. Además, destacó la necesidad de apoyo gubernamental y la importancia de adaptar productos a las culturas y mercados específicos.

Con la exitosa culminación de este seminario, el COMCE reafirma su compromiso de ser un facilitador y guía en la transformación digital de las empresas mexicanas para asegurar la consolidación de México como un actor clave en el comercio transfronterizo.

--00000--

“LLEVAR AL MUNDO LO MEJOR DE MÉXICO, TRAER A MÉXICO LO MEJOR DEL MUNDMUNDO”

®consejo Empresarial Mexicano de Comercio Exterior, Inversión y Tecnología, A.C.

Monte Elbruz No. 124, P.8 Col. Palmitas (Polanco), Miguel Hidalgo, 11560, Ciudad de México Tel. 55 5231-7100 www.comce.org.mx