

Propuesta de Trading, como aporte de la legalización del comercio electrónico¹

Trading proposal, as a contribution to the legalization of electronic commerce

Manuela Rios Valencia²

Roby Alexander López Restrepo³

Juan Fernando Herrera Tabares⁴

Resumen

La nueva era del comercio global viene acompañada de tendencias de la inmediatez, la personalización de los bienes y las facilidades para hacer transacciones bancarias, más el rápido acceso a herramientas tecnológicas que permiten tener un catálogo más amplio de productos y servicios, encontrando consumidores para los cuales el tiempo y las garantías de entrega de los bienes asumen un rol principal.

Hoy, con el crecimiento del denominado comercio electrónico, importante papel juega las compañías de Courier, encargadas de llevar el proceso de compra y venta de bienes de acuerdo a la legislación que cada país establece, creciendo en número de solicitudes y de remisiones debido a la alta demanda de mercancías a través de plataformas digitales.

¹ El presente artículo contó con la coordinación metodológica de Jorge Andrés Acosta Strobel y la asesoría temática de Gustavo Londoño Ossa, docentes investigadores, asociados al Grupo de Investigación de la Facultad de Estudios Internacionales de la Fundación Universitaria Esumer.

² Estudiante de la Especialización en Legislación Aduanera de la Institución Universitaria Esumer. Email: manuela.rios@esumer.edu.co

³ Estudiante de la Especialización en Legislación Aduanera de la Institución Universitaria Esumer. Email: roby.lopez@esumer.edu.co

⁴ Estudiante de la Especialización en Legislación Aduanera de la Institución Universitaria Esumer. Email: juan.herrera85@esumer.edu.co

Sin embargo, estas empresas de mensajería especializada, cumplen solo su actividad en el comercio, atendiendo limitaciones en tamaño, peso y valor, no adaptándose a las necesidades de pequeñas y medianas empresas, la cuales son diferentes a las de una persona que busca adquirir un bien determinado o enviar alguno. Aquellas, pretenden realizar actividades con intención comercial frente a las cuales, las actuales normas no corresponden.

Por lo anterior, se pretende, que haciendo uso de las Trading Companys, empresas de comercio internacional especializadas en cubrir toda la cadena logística de exportación e importación (Comercio Exterior, 2020), se incorporen a su portafolio las operaciones de tráfico postal y envíos urgentes surgidas del comercio electrónico, constituyéndose en intermediarias de las mismas, facilitando la legalidad del ingreso de la mercancía con intención comercial y promoviendo la venta hacia el exterior, las cuales además se constituirían en agencia aduanera dentro de esta modalidad.

Palabras clave:

Comercio Electrónico, Mensajería Especializada, Tráfico Postal y Envíos Urgentes, Trading Companys.

Abstract

The new era of global commerce is accompanied by trends of immediacy, the personalization of goods and the facilities to make banking transactions, plus rapid access to technological tools that allow having a wider catalog of products and services, finding consumers for those which the time and the guarantees of delivery of the goods assume a main role.

Today, with the growth of so-called electronic commerce, an important role is played by Courier companys, in charge of carrying out the process of buying and selling goods according to

the legislation that each country establishes, growing in the number of requests and referrals due to the high demand for goods through digital platforms.

However, these specialized courier companys only carry out their activity in commerce, attending to limitations in size, weight and value, not adapting to the needs of small and medium-sized companys, which are different from those of a person seeking to acquire a well determined or send one. Those, pretend to carry out activities with commercial intent against which the current regulations do not correspond.

Therefore, it is intended that by making use of the Trading Companys, international trade companys specialized in covering the entire export and import logistics chain, the postal traffic operations and urgent shipments arising from electronic commerce are incorporated into their portfolio, constituting in intermediaries of the same, facilitating the legality of the entry of the merchandise with commercial intent and promoting the sale abroad, which would also become a customs agency within this modality.

Keywords:

Electronic Commerce, Specialized Messaging, Postal Traffic and Express Shipping, Trading Companys.

Introducción

En los últimos veinte años, los consumidores han adoptado de manera masiva las tecnologías de Internet, los dispositivos móviles y, en general, lo digital. El universo de opciones se ha ampliado enormemente y los canales de compra se han vuelto más complejos a medida que los clientes usan nuevas terminales; nuevos canales. Recientemente, han aparecido herramientas muy diferentes a las que se ha basado el marketing tradicional-(las redes sociales o la mensajería instantánea, SMS, WhatsApp o e-mail). El marketing hoy está fuertemente afectado por la estructura misma del mercado digital. Los GAFAs (Google, Apple, Facebook y Amazon) se han establecido como los gigantes de la web con una especificidad cada uno, que constituye su ADN. Este ADN cambia a medida que la batalla continúa entre ellos. (Especialización E-commerce, Esumer, 2020)

Esta revolución informática ha impactado directamente en el crecimiento del comercio electrónico, práctica cada vez más frecuente en asuntos del comercio internacional. Las personas han ido recurriendo exponencialmente al proceso de compra y venta de productos por medios electrónicos, como aplicaciones móviles e Internet.

El desarrollo del comercio en internet ha originado nuevas necesidades, conceptos, formatos y, en consecuencia, nuevas estrategias. Todo un nuevo escenario en el que hay que convertir a los internautas en potenciales clientes. El reto que se les plantea a las empresas radica en aprovechar todas las ventajas que ofrece el comercio electrónico para incluirlo en su planificación estratégica como un elemento más; perder la ventaja competitiva que proporciona el E-Commerce digital es una amenaza que ninguna empresa se puede permitir. (Especialización E-commerce, Esumer, 2020)

En Colombia, el E-Commerce ha presentado un crecimiento anual del 40% generando así un crecimiento sostenible para el 2016 y poder ser el tercer país en volumen de ventas en Suramérica. Según PayU Latam, se registraron transacciones electrónicas especialmente en tiquetes aéreos, reservas de hoteles, cupones, artículos electrónicos, ropa y calzado. A partir de lo anterior, se puede inferir que el E-Commerce a nivel transaccional representa un porcentaje importante. Además, este mismo informe afirma que los principales medios de pagos utilizados por los colombianos son las tarjetas de crédito (55%), pagos en efectivo (34%) y pagos realizados con tarjetas débito de cuentas corriente o de ahorros (11%) principalmente en las ciudades de Bogotá, Medellín y Cali. (Especialización E-commerce, Esumer, 2020)

Más allá de las elocuentes cifras, este proceso se da en gran medida dentro de un comercio minorista, por ello es que al momento del envío, desde el aspecto normativo aduanero, la modalidad que permite la remisión de la mercancía es la de Tráfico Postal y Envíos Urgentes, la cual establece unas restricciones básicamente en cuanto el tamaño, peso y valor de la mercancía, de ahí que para intenciones comerciales no sea el camino más adecuado para una empresa que pretende adquirir productos para luego vender en Colombia o para aquellos que pretenden comercializar sus productos en el exterior.

En ese sentido, el artículo 253 del Decreto 1165 de 2019, establece que en importación esta modalidad permite el ingreso de mercancía que su valor FOB no exceda de dos mil dólares de los Estados Unidos de América (US\$ 2.000) y, el artículo 386, en el régimen de exportación, permite el envío siempre que su valor no exceda de cinco mil dólares de los Estados Unidos de América (\$5.000).

La labor de envío es realizada por empresas de mensajería especializada, reguladas por la legislación aduanera, pero limitada al cumplimiento de labores de recepción, envío,

almacenamiento y recaudo, de poca participación en las intenciones comerciales de sus clientes y de acompañamiento en los logros del negocio pretendidos.

Al observar empresas dedicadas a operaciones de comercio exterior, no importadores ni exportadores, el Decreto 1165 de 2019 contempla agencias aduaneras, comercializadoras internacionales, agentes de carga internacionales, operadores portuarios y aeroportuarios, y demás, más no se evidencia la figura del Trading Company, el cual incorpora varias de estas actividades y a la cual se pretende aunar la de tráfico postal y envíos urgentes, pero con algunas modificaciones normativas que amparen un mayor volumen, valor, peso tamaño para incentivar la internacionalización de pequeñas y medianas empresas, las cuales reúsan procesos aduaneros de carga por la cantidad de requisitos y por supuesto, los altos costos.

Es en este último sentido que se presenta el artículo, como una propuesta de trading como aporte a la legalización del comercio electrónico en Colombia. Empresas que realizan en conjunto varias actividades y a las cuales se le adicionaría labores de tráfico postal y envíos urgentes, pero además de comercialización y agenciamiento aduanero.

1. Marco Teórico

Mediante el presente artículo se evidenciará el crecimiento del comercio electrónico mediante el uso de la tecnología y cómo esta actividad requiere de una adecuación normativa de la legislación aduanera a través de una propuesta de la figura del Trading Company.

Durante el primer trimestre de 2018, Colombia alcanzó un total de 30,4 millones de Conexiones a Internet de las cuales, 16,5 millones se realizaron mediante la modalidad de suscripción a redes fijas y móviles, y 13,9 millones de Banda Ancha. La estimación poblacional según el último censo realizado en Colombia en el año 2018 fue de 48,2 millones de personas, esto da a entender que aproximadamente el 63% de la población tiene acceso a internet. Sin embargo, del total poblacional, cifras de Dane muestran que el 68,2% de la población (el equivalente a 32, 8 millones de personas) está en un rango entre 14 y 65 años, por lo que, comparando esta cifra con los datos de conectividad, (datos que son estos quienes hacen mayor uso de la internet), se puede estimar que el 92,6% de esta población tiene conectividad. (Especialización E-commerce, Esumer, 2020)

En cuanto a proveedores, al cierre del primer trimestre de 2018, los cinco Proveedores de Redes y Servicios de Telecomunicaciones (PRST) que presentaron el mayor número de accesos a Internet fijo fueron: Telmex Colombia S.A. (2.384.831 accesos); UNE EPM Telecomunicaciones S.A. E.S.P. (1.311.196 accesos); Colombia Telecomunicaciones S.A. E.S.P. (986.358 accesos); Empresa de Telecomunicaciones de Bogotá S.A. E.S.P. (654.486 accesos), y Edatel S.A. E.S.P (198.338 accesos). Por su parte, los demás PRST alcanzaron los 909.604 accesos, esto demuestra la capacidad de los oferentes para suplir la demanda actual. (Boletín Trimestral de las TIC, 2018)

En cuanto al uso de las tecnologías por parte de las empresas de los diferentes sectores, es cada vez más frecuente recurrir a ellas para realizar sus actividades de comercio. Tanto los sitios

web como su evolución, las aplicaciones móviles, han cobrado importancia. En cuanto a las aplicaciones móviles, estas crecen gracias al avance continuo de los smartphones; estos no son un simple dispositivo de comunicación si no que se han convertido en el centro de interés de los consumidores y empresas. Las aplicaciones móviles ofrecen diversas funciones básicas y, sobre todo, el acceso a Internet de alta velocidad. Se estima que el 78,2% de las empresas compran aplicaciones para su uso exclusivo, la mayoría de ellos, están destinados básicamente al comercio y tan solo el 10,1%, desarrollan sus propias aplicaciones. (Boletín DANE, 2019)

El ingreso de mercancía adquirida a través de comercio electrónico (no carga), se encuentra regulado en el artículo 253 del Decreto 1165 de 2019 bajo la modalidad de importación denominada Tráfico Postal y Envíos Urgentes, la cual señala que requieran ágil entrega a su destinatario podrá hacerse por este medio siempre que su valor FOB no exceda de dos mil dólares de los Estados Unidos de América (US\$ 2.000) y que su peso no exceda de cincuenta (50) kilogramos. (Ministerio de Hacienda y Crédito Público, 2019)

En relación con la salida la modalidad de exportación está consagrada en el artículo 386 del Decreto 1165 de 2019, la cual expresa que “Podrán ser objeto de exportación, por esta modalidad, los envíos de correspondencia, los envíos que salen del territorio nacional por la red oficial de correos y los envíos urgentes, siempre que su valor no exceda de cinco mil dólares de los Estados Unidos de América (US\$5.000) y requieran ágil entrega a su destinatario”. (Ministerio de Hacienda y Crédito Público, 2019)

2. Metodología

Este artículo fue elaborado por medio de un análisis documental, en aras de aportar la implementación de la figura del Trading Company en el marco del comercio exterior en Colombia y en particular para efectos de integrar el comercio electrónico y la modalidad de Tráfico Postal y Envíos Urgentes.

La recopilación de información fue cualitativa, por medio de artículos, revistas consultadas, artículos legislativos, páginas web y otros instrumentos documentales que exponían temas relacionados con el presente texto.

Es importante señalar, que en conjunto no existe mucha documentación que articule la propuesta y por lo tanto esto dificultó la búsqueda bibliográfica, sin embargo, se realizaron filtros en aras de compilar y relacionar los de mayor aportación al tema tratado, integrando aspectos relacionados con comercio electrónico, modalidad de tráfico postal y envíos urgentes y, trading company.

Este trabajo es una propuesta y por lo tanto no materializa un cambio legislativo, pero busca alcanzar ser un referente bibliográfico para aquellos que deseen profundizar en investigaciones relacionadas con el tema.

3. Resultados

Internet ha cambiado el modo en el que los consumidores realizan sus compras, en la medida en que disponen de un acceso constante a la información necesaria para tomar su decisión. Es así que el mercadeo en internet influye en el proceso de compra de muchos productos que no son vendidos necesariamente on-line. Las páginas web convencionales son el principal medio a

través del cual los consumidores recogen información sobre productos y toman la decisión de compra final.

Actualmente, la exportación de bienes y servicios desde Colombia para el mundo, reporta un crecimiento importante que ha facilitado en los empresarios busquen oportunidades en estos sectores. En los últimos cinco años, la participación de las exportaciones de servicios, por ejemplo, ha crecido en tasas anuales superiores al 10%, llegando hasta el 30% del crecimiento anual; este crecimiento ha significado un aumento de las exportaciones del 100% a partir del 2012. Así mismo, el aumento de servicios se ha enfocado en temas de conocimiento y creatividad; para 2016, la participación de las exportaciones, sobre el total exportado era del 20,10%, cifra 108% mayor a la de 2012 cuando tan solo representaban el 9,64%. (Procolombia, 2019)

Este ambiente de favorecimiento de las exportaciones ha sido un proceso gradual en Colombia, desde 1983 con la ley 48, donde se establecieron parámetros para orientar el comercio exterior; entre las cuales se destaca la promoción de las exportaciones de bienes y servicios y las políticas de estímulo del sector productivo y la industria nacional. (CEPAL, 2013)

Desde computadores hasta jeans o balones de fútbol; desde gafas hasta e-cards de felicitación, las grandes empresas están trasladando la I + D de sus departamentos de producción a las manos de los consumidores. En lugar del proceso tradicional de desarrollar nuevos productos, las empresas desean (las que aún no lo han hecho) crear plataformas creativas de personalización que permitan a sus consumidores diseñar sus propios productos y servicios (como Dell o las concesionarias de vehículos). (Especialización E-commerce, Esumer, 2020)

Según el Boletín Técnico del DANE (2019), las ventas realizadas por la industria manufacturera en el año 2018, ascendieron \$251,7 billones mientras que las compras ascendieron a \$145,4 billones en el mismo período. El 7,0% del total de las ventas efectuadas por las empresas

industriales manufactureras en 2018 correspondió a operaciones de comercio electrónico, mientras el 6,5% del valor total de las compras se realizaron a través de este medio. (Boletín DANE, 2019)

3.1 La tecnología como tendencia de los negocios internacionales.

La nueva era del comercio global está marcada por las tendencias de la inmediatez, la personalización de los bienes y las facilidades para hacer transacciones bancarias, todo sumado al fácil acceso a herramientas tecnológicas que permiten tener un catálogo más amplio de productos y servicios a la mano con un solo par de clics desde la comodidad de su casa, oficina o cualquier lugar donde no se tiene la obligación de realizar desplazamiento físico y más en una época como la actual en la que el tiempo cada vez es más valioso y en donde factores exógenos como enfermedades, la inseguridad y el estrés propio de los desplazamientos en las ciudades, alejan a las personas de las grandes superficies y las acerca más a la virtualidad.

Atrás quedaron los factores de producción ligados a la capacidad instalada y la estandarización de procesos como los principales rectores de una negociación; ahora, los consumidores han evolucionado hacia algo llamado “disponibilidad”, en donde el tiempo y las garantías de entrega de los bienes o servicios negociados son más relevantes, ya las preguntas en una negociación no son: “¿Cuánto? y ¿A qué precio?” sino que son: “¿Cuándo? y ¿Cómo se hará la entrega?”. (Instituto Alemán de Cooperación e Innovación, 2020)

La tecnología es una de las principales causantes de esta evolución del comercio físico hacia el comercio electrónico. El internet ha expandido las fronteras de los consumidores, les ha permitido investigar y encontrar una gran diversidad de productos y servicios en cualquier lugar del mundo, así como también, desarrollos tecnológicos de compañías encargadas de unir compradores y vendedores de todo el mundo en un solo lugar como lo es un sitio web, facilitando

el intercambio comercial global y las negociaciones virtuales, suprimiendo en cierta medida las tradicionales ruedas de negocios presenciales. (La República, 2020)

El comercio electrónico a través de las aplicaciones móviles brinda beneficios a los consumidores (quienes apreciarán la facilidad de hacer compras) y para las empresas, los beneficios pueden incluir:

- El fortalecimiento de la marca
- El logro de una mayor visibilidad
- El aumento de la accesibilidad
- Una mayor comunicación con los clientes y
- Un aumento en las ventas

Gracias a la tecnología y al internet también se ha logrado un avance sin precedentes a nivel bancario, los desarrollos de canales para realizar transferencias de dinero y la seguridad que se brinda en estas transferencias ha facilitado el comercio electrónico y cada vez la tendencia es a aumentar el intercambio electrónico y dejar atrás el efectivo no solo por seguridad sino también como medio efectivo para atacar problemas multinacionales como lo es el lavado de activos. (Grupo Bancolombia, 2019)

Otra llave importante en la tendencia de la tecnología y que le aporta al comercio electrónico, la conforman las compañías de Courier, encargadas de llevar el proceso de compra y venta de bienes a feliz término. Ellas, usando la tecnología como principal aliada, sortean a diario las necesidades de entrega de sobres y paquetes y mantienen en constante investigación para mejorar tiempo y calidad de las entregas que tiene a su cargo. (Claro, 2020)

Ante el creciente comercio electrónico y aumento de los envíos mediante empresas de Courier, estas compañías están en un punto donde deben comenzar a planificar estrategias para el

crecimiento exponencial que han tenido en los últimos años y el que se espera para los próximos con buenas noticias para los consumidores y es que se ha demostrado relación directamente proporcional entre el aumento de los envíos por Courier y la disminución en tiempos de entrega, pues entre más volumen de envíos exista para un destino, menores conexiones tendrá que hacer el paquete y por ende llegará más rápido a su destino final.

Lo anterior conllevará a que esas compañías incrementen su capacidad instalada y a la vez desarrollen nuevas tecnologías que le permitan abastecer la demanda, debido a que el incremento de este tipo de canales de comercio los lleva cada vez más a lugares más remotos y desconocidos geográficamente para realizar entregas que deberán cumplir en medio del contrato de transporte para el que fueron designados.

Atado a lo anterior, la personalización es otro de los factores determinantes en la evolución del comercio. La tendencia por el uso de prendas únicas y diferente de las demás, así como también el uso y de accesorios, además de la tenencia de artículos de decoración exclusivos, han jalonado el comercio hacia la evolución de todo este tipo de artículos. En el pasado van quedando los grandes lotes de producción, las colecciones y temporadas para darle paso a los productos de mayor detalle y acabados únicos.

Pero los artículos antes mencionados no son los únicos beneficiados, pues el cambio climático, los movimientos animalistas y la tendencia a la alimentación saludable, han despertado en los consumidores el espíritu compasivo con estos problemas globales y los ha llevado a apoyar todas esas causas comunes. (Actualidad Ecommerce, 2020)

Es así como productos de alimentación saludable, productos que no hagan pruebas en animales, productos que sean amigables con el medio ambiente o que contribuyan a combatirlo y productos que contribuyan a reforestación o apoyen causas que salven los animales y la fauna de su extensión, serán de los de mayor incremento en el intercambio comercial.

La publicidad juega un papel importante en el tema del comercio electrónico, la decadencia del consumo de televisión abierta o por cable hacia los métodos de pago y streaming en los cuales su principal característica es cero publicidad, la disminución acelerada del consumo de radio tradicional y aumento en el uso de aplicaciones con las mismas características hacen que la publicidad se haya volcado a las redes sociales y a la vinculación de personas con influencia digital con las marcas para incrementar su reconocimiento y utilización.

Es entonces una evolución de la publicidad hacia el comercio electrónico otra tendencia que reafirma que los medios y métodos tradicionales para hacer negocios son cosa del pasado y que ahora la tecnología es la principal aliada de las compañías para hacer sus negocios.

Como todo no es positivo, los países se están viendo inmersos en importantes retos como controlar la evasión, el contrabando técnico y abierto, así como el tráfico ilegal y la introducción al país de productos que no cumplen las norma Fito y Zoo sanitarias por medio del envío y recibo de sobres y paquetes que están bajo regulaciones más flexibles respecto de las exportaciones e importaciones ordinarias. Por parte de las autoridades aduaneras se han incrementado las inspecciones a este tipo de envío y se está evidenciando una problemática que debe ser atendida y por eso se debe comenzar a pensar en las normas que regulen ese nicho de mercado para tener los controles, las acciones y las medidas necesarias para atender, potenciar y facilitar el intercambio comercial de acuerdo a las nuevas realidades globales.

En Colombia, la legislación aduanera aún no está adaptada para esta evolución, si bien es cierto que actualmente existe el Decreto 1165 del 02 de julio de 2019 mediante el cual se dispone todo lo normativo a tráfico postal y envíos urgentes, así como la resolución 000046 del 26 de julio de 2019 que lo reglamenta; dicha legislación trata el tema de manera generalizada pues no se encuentra adaptada a las realidades del comercio y al crecimiento exponencial de esta modalidad.

Las únicas medidas tomadas para clasificar un paquete como tráfico postal y envío urgente están limitadas en su tamaño, valor y cantidad a nivel muy general, con la flexibilidad de poder declarar tributos aduaneros con una partida arancelaria general en caso de no haberla declarado desde origen lo que se presta para su recurrente utilización sin ningún fundamento para esto.

También, se encuentra vigente la norma que elimina los impuestos para los envíos internacionales que su valor comercial se inferior a 200 dólares de los Estados Unidos de América en aplicación del acuerdo de facilitación de la Organización Mundial del Comercio en la materia de envíos urgentes. (Forbes, 2020)

Sin embargo, Colombia y su legislación aduanera no están adecuados a esta tendencia tecnológica, hace falta prepararse para esta nueva forma de comercio electrónico y debe legislar de acuerdo a las tendencias que se dictan a nivel mundial.

3.2 Marco normativo aduanero del comercio electrónico en Colombia.

La principal norma reguladora del comercio internacional en Colombia es el Decreto 1165 de 2019, del cual, poco se puede destacar como propio del denominado comercio electrónico, siendo lo más aproximado la regulación tanto en importación como exportación a la denominada modalidad de Tráfico Postal y Envíos Urgentes, dado que la mercancía que se adquiere o vende a través de una plataforma es remitida bajo esta forma.

A partir del artículo 253 del Decreto 1165 de 2019, se señala que *“Podrán ser objeto de importación por esta modalidad los envíos de correspondencia, los envíos que lleguen al territorio aduanero nacional por la red oficial de correos y los envíos urgentes siempre que su valor FOB no exceda de dos mil dólares de los Estados Unidos de América (US\$2.000) y requieran ágil entrega a su destinatario.”* (Ministerio de Hacienda y Crédito Público, 2019)

El mismo Decreto, establece como requisitos bajo la modalidad los siguientes:

“Artículo 254.*Requisitos de los envíos que lleguen al territorio aduanero nacional por la red oficial de correos y de los envíos urgentes.* Bajo esta modalidad solo se podrán importar al territorio aduanero nacional, además de los envíos de correspondencia, los envíos que lleguen al territorio nacional por la red oficial de correos y los envíos urgentes que cumplan simultáneamente los siguientes requisitos:

1. Que su valor no exceda de dos mil dólares de los Estados Unidos de América (US\$2.000).
2. Que su peso no exceda de cincuenta (50) kilogramos.
3. Que no incluyan mercancías sobre las cuales existan restricciones legales o administrativas para su importación, salvo cuando se trate de envíos que no constituyan expedición comercial. Se entenderá que se trata de envíos que no constituyen expediciones de carácter comercial, aquellos que no superen seis (6) unidades de la misma clase.
4. Que no incluyan los bienes prohibidos por el Acuerdo de la Unión Postal Universal.
5. Que no incluyan armas, productos precursores en la elaboración de narcóticos, estupefacientes o drogas no autorizadas por el Ministerio de Salud y Protección Social y mercancías cuya importación se encuentre prohibida por el artículo 81 de la Constitución Política o por convenios internacionales a los que haya adherido o adhiera Colombia.
6. Que sus medidas no superen un metro con cincuenta centímetros (1.50 m) en cualquiera de sus dimensiones, ni de tres metros (3 m) la suma de la longitud y el mayor contorno tomado en sentido diferente al de la longitud, cuando se trate de los envíos que lleguen al territorio aduanero nacional por la red oficial de correos.

Parágrafo. En el evento en que se requieran vistos buenos, permisos y autorizaciones previas de animales, vegetales y sus productos reglamentados e insumos agropecuarios y no se cuente con estos, la autoridad aduanera los pondrá a disposición del Instituto Colombiano Agropecuario (ICA) para que se apliquen las medidas sanitarias pertinentes. El término de permanencia en lugar de arribo o de almacenamiento según corresponda, se suspende desde la fecha en que la autoridad aduanera puso la mercancía a disposición del Instituto Colombiano Agropecuario (ICA) hasta la fecha del pronunciamiento de esta autoridad” (Ministerio de Hacienda y Crédito Público, 2019)

Este servicio es prestado por empresas de mensajería especializadas, consideradas intermediarios de la modalidad de tráfico postal y envíos urgentes, las cuales serán responsables

de entregar, a través de los Servicios Informáticos Electrónicos de la DIAN, la información de los documentos de transporte contenida en el manifiesto expreso y las guías de la empresa, relacionadas con la carga que llegará al territorio nacional.

Las mercancías serán recibidas en la zona primaria aduanera por las empresas de mensajería especializada a las que vengán consignadas, quienes deberán verificar el cumplimiento de los requisitos antes mencionados en el área de inspección señalada por la autoridad aduanera e informarán los detalles de la carga efectivamente recibida y las inconsistencias frente al manifiesto expreso, diligenciando para ello la planilla de recepción a través de los Servicios Informáticos Electrónicos.

Todos los envíos urgentes, deberán estar rotulados con la indicación del nombre y dirección del remitente, nombre y dirección del consignatario, descripción genérica de las mercancías, valor y peso bruto del envío. (Ministerio de Hacienda y Crédito Público, 2019)

Es importante precisar, que, salvo los asuntos de correspondencia, los envíos que lleguen al territorio aduanero nacional por la red oficial de correo pagarán el gravamen ad valórem correspondiente a la subpartida arancelarias 9807.10.00.00; cuando se trate de envíos urgentes se pagará el gravamen ad valórem correspondiente a la subpartida 9807.20.00.00 del Arancel de Aduanas. Lo anterior aplica, salvo que el remitente haya indicado expresamente la subpartida específica de la mercancía que despacha, en cuyo caso pagará el gravamen ad valórem señalado para dicha subpartida. (Ministerio de Hacienda y Crédito Público, 2019)

En todo caso se liquidará el impuesto a las ventas a que haya lugar, de acuerdo con la descripción de la mercancía.

La anotación del pago de gravamen e IVA merece resaltarse, toda vez que las personas que compran a través de páginas electrónicas y reciben su mercancía a través de esta modalidad, tienen la creencia del no pago de tributos aduaneros, desconociendo adicionalmente que el intermediario

de la modalidad de importación de tráfico postal y envíos urgentes deberá liquidar en el mismo documento de transporte el valor de los tributos aduaneros correspondientes a las mercancías que entregue a cada destinatario, indicando la subpartida arancelaria y la tasa de cambio aplicadas. En caso de legalización en este mismo documento deberá liquidarse además el valor del rescate.

El documento de transporte firmado por el destinatario será considerado declaración de importación simplificada. A partir de este momento se entenderá que la mercancía ha sido sometida a la modalidad de importación. (Ministerio de Hacienda y Crédito Público, 2019)

Se resalta adicionalmente, que los intermediarios, es decir, las empresas de mensajería especializadas, serán responsables ante la Unidad Administrativa Especial Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN) por el pago de los tributos aduaneros, así como los valores por concepto de rescate por abandono, que se recauden, por ello deberán presentar a través de los Servicios Informáticos Electrónicos, la declaración consolidada de pagos correspondiente a los envíos que lleguen al territorio nacional por la red oficial de correos o envíos urgentes entregados a sus destinatarios durante el período señalado.

Una vez presentada y aceptada la declaración, el intermediario efectuará el pago a través de los bancos o entidades financieras autorizadas para recaudar por la DIAN.

Como toda actividad reglada en comercio exterior, el Decreto 1165 de 2019 consagra a partir del artículo 635 una serie de infracciones aduaneras para los intermediarios de la modalidad de tráfico postal y envíos urgentes, las cuales van desde faltas gravísimas, graves o leves, cuyas sanciones oscilan entre multa equivalente al cien por ciento (100%) del valor FOB de las mercancías (Cuando no fuere posible establecer dicho valor, la cuantía será de mil unidades de valor tributario (1.000 UVT), hasta multa equivalente a ciento sesenta y nueve (169) Unidades de Valor Tributario (UVT) por cada infracción.

A parte de estas infracciones y multas, también existen causales de aprehensión y decomiso de mercancías bajo esta modalidad, como por ejemplo cuando se encuentre que los documentos de transporte no corresponden a los originalmente expedidos en el exterior al remitente, cuando en el control simultáneo, se encuentre mercancía con errores en la descripción que conlleve a que se trate de mercancía diferente, o la mercancía no se encuentre relacionada en la correspondiente guía.

En esta modalidad, también existe la figura de depósitos habilitados, al respecto, el artículo 95 del Decreto 1165 de 2019 señala que se consideran Depósitos para Envíos Urgentes, aquellos lugares habilitados por la DIAN, a las empresas de transporte internacional con licencia del Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones para ejercer la mensajería especializada, para el almacenamiento de mercancías objeto de importación o exportación bajo la modalidad de tráfico postal y envíos urgentes, permitiendo solo habilitar un depósito a cada uno de los intermediarios de esta modalidad debidamente inscritos ante la DIAN, en cada ciudad en cuya jurisdicción aduanera se encuentren los lugares habilitados por dicha entidad para el arribo y salida de las mercancías bajo la modalidad de tráfico postal y envíos urgentes. Dichos depósitos se habilitarán en las instalaciones de los intermediarios de la modalidad, quienes los destinarán exclusivamente al manejo y almacenamiento de tales mercancías. (Especialización E-commerce, Esumer, 2020)

Se aclara, que las mercancías introducidas al país bajo la modalidad de envíos urgentes, podrán permanecer almacenadas en el depósito del intermediario, hasta por el término de un (1) mes contado desde la fecha de su llegada al territorio aduanero nacional. Vencido este término sin que la mercancía se hubiere sometido a la modalidad o reembarcado operará el abandono legal.

3.3 La figura de la Trading Company, una propuesta en el comercio electrónico colombiano.

Las Trading Companies son empresas de comercio internacional especializadas en cubrir toda la cadena logística de exportación e importación. Compran productos en un país y lo venden en diferentes países en los que debe contar con red de distribución propia. Se enfocan principalmente en sectores de altos volúmenes de producción como materias primas, productos semifabricados, metales, productos químicos, farmacéuticos genéricos, entre otros.

Su principal objetivo es ser integradores logísticos de todos los eslabones de la cadena de valor con recursos propios. Sus principales funciones son: Identificación de proveedores, negociación de las condiciones, financiación y aseguramiento, gestión logística, gestión aduanera y, distribución y venta del producto.

Entre los servicios que ofrecen se encuentran: Agenciamiento aduanero, flete internacional, operación de ensacado y maquila, servicios de zona franca, almacenamiento, transporte terrestre, transporte fluvial, operaciones portuarias, manejo de plantas industriales y toma profesional de inventarios físicos.

Las Trading Companys utilizan 3 tipos de contratos:

- Contrato de compraventa internacional: Cuando realizan una única compra a un fabricante en el exterior de un producto que se va a exportar.

- Contrato Internacional de Suministro: Cuando establecen acuerdos de suministros a largo plazo (superior a un año) con fabricantes para la compra periódica de los productos a precios determinados.

- Contrato de intermediación comercial internacional: Cuando la Trading Company no actúa como comprador sino como intermediarios que cobra una comisión sobre las operaciones de exportación e importación que gestiona.

También actúan como gestores en grandes contratos de consorcios grandes en los que coordinan las actividades de las empresas participantes con los bancos y empresas logísticas.

Pueden proceder de dos maneras: como intermediarios, asesorando al vendedor y facilitando el contacto con el comprador; y pueden asumir el riesgo de la compra y venta percibiendo un beneficio representado por la diferencia entre el precio pagado y el cobrado.

Según un estudio encargado por la ONU, estas empresas desarrollan alrededor de la cuarta parte del comercio mundial de mercancías.

Japón es el país en el que hay mayor cantidad de Trading Companies denominadas Sogo Shoshas, las cuales coordinan la mitad de las exportaciones japonesas y dos tercios de las importaciones. Importan grandes volúmenes de materias primas y maquinaria las cuales revenden a fabricantes y distribuidores en Japón, y de otro modo actúan como fuerza de ventas internacional a empresas japonesas medianas y pequeñas que no tienen capacidad para llegar a los mercados internacionales.

Ahora bien, tomando como parámetros experiencias internacionales, el tamaño de la orden y la intención del importador de involucrarse más o menos en los detalles de la producción son los factores esenciales que lo llevan a decidirse si utilizar un intermediario, trading company, en el negocio. Los pros y contras de esta decisión han sido ampliamente debatidos por muchos.

Entre los beneficios, a priori, que podemos encontrar en la utilización de un intermediario están la rapidez y conveniencia en el negocio, toda vez que pueden encontrar pequeñas fábricas interesadas en ordenes pequeñas; aunque, al mismo tiempo, puede tener inconvenientes como el resultar más costoso a largo plazo y mantener la cadena de valor oculta para el importador.

Las ventajas y desventajas de la figura de trading como está actualmente en algunos países se describe en la siguiente tabla:

Tabla 3.1 Ventajas y desventajas de la figura de trading

VENTAJAS	DESVENTAJAS
El fabricante recibe el pago del intermediario, lo que es en una mejor atención y ahorro de tiempo.	Tienen tendencia a trabajar con fábricas de bajo costo.
El intermediario puede dar directamente el servicio de inspección de calidad.	Muchas veces no realizan inspecciones de calidad y no comparten con sus clientes los problemas encontrados.
Los intermediarios tienen experiencia en la compra de ciertos productos, especialmente en el área donde están situados.	Usualmente no tienen control sobre la fábrica.
Entienden los requerimientos del mercado en destino por lo que pueden hacer cambios o ajustes en la producción rápidamente.	Las fábricas priorizan a los compradores directos que tienen, dejando en segundo lugar las ordenes de los intermediarios, excepto en el caso de que estas representen el 40% de la producción.
Se elimina la barrera idiomática.	

Fuente: Elaboración propia. (2020)

La figura del trading, para citar otro ejemplo, cuenta con regulación propia desde el año 1972 en Brasil, cuando fue expedido el Decreto-Ley 1248, el cual preceptúa que las Trading Companies son empresas comerciales constituidas bajo la forma de sociedad por acciones y que posean un capital mínimo fijado por el Consejo Monetario Nacional. Éstas deben obtener registro especial en la Cartera de Comercio Exterior del Banco de Brasil S.A. y en la Secretaría de Reserva Federal. (Casa Civil Presidencia de la República de Brasil, 1972)

Las Trading cuentan con beneficios fiscales, en particular al momento de las exportaciones, pues las operaciones que resulten de la compra de bienes en el mercado interno y las realice una empresa comercial exportadora, con el propósito específico de exportación, tendrán el tratamiento tributario de acuerdo al decreto citado

Dentro de las funciones y la forma en la que operan las Trading Companies, algunas personan consideran que tienen cierta similitud con las Comercializadoras Internacionales, sin embargo, existen diferencias sustanciales entre ambas figuras:

Tabla 3.2 Comparativo Comercializadora Internacional y Trading Company

COMERCIALIZADORA INTERNACIONAL	TRADING COMPANY
Tienen un enfoque netamente Exportador donde adquieren unos beneficios tributarios pero con el compromiso de que todo sea en pro de incentivar las Exportaciones.	Integrador logístico de todos los eslabones de la cadena de abastecimiento tanto para Exportaciones como para Importaciones sin necesidad de tener un enfoque en uno de ellos.
Exportar, dentro de los términos establecidos, las mercancías que adquirió exentas del IVA y/o Retención en la Fuente al amparo de un Certificado al Proveedor - CP.	Contrato de compraventa internacional. Contrato Internacional de Suministro. Contrato de intermediación comercial internacional.
La empresa no podrá ser usuaria de las Zonas Francas Industriales de Bienes y de Servicios.	Puede ser usuaria de las Zonas Francas gozando de sus beneficios.
Obtener la exención del IVA y del impuesto de retención en la fuente por la compra de mercancías destinadas a la exportación.	Las operaciones que resulten de la compra de bienes en el mercado interno, con el propósito específico de exportación tendrán el tratamiento tributario especial.
Importar mercancías y ser usuarias de otros Instrumentos de Promoción de Exportaciones como el CERT y los Sistemas Especiales de Importación – Exportación Programas Plan Vallejo.	Pueden importar grandes volúmenes y revender a fabricantes y distribuidores, y de otro modo actúan como fuerza de ventas internacional a empresas medianas y pequeñas que no tienen capacidad para llegar a los mercados internacionales.
Beneficiarse conjuntamente con su proveedor de las líneas de crédito de Bancoldex.	Pueden proceder como intermediarios, asesorando al vendedor y facilitando el contacto con el comprador; y pueden asumir el riesgo de la compra y venta percibiendo un beneficio representado por la diferencia entre el precio pagado y el cobrado.
Brindan la oportunidad agrupar a varios proveedores de un mismo sector, permitiendo así investigar mercados, buscar nuevas oportunidades de negocios, asesorar en adecuación de productos, exportar como mayoristas en mercados exigentes y determinados	Actúan como gestores en grandes contratos de consorcios grandes en los que coordinan las actividades de las empresas participantes con los bancos y empresas logísticas.

Fuente: Elaboración propia. (2020)

Si se toma como referente los servicios que ofrecen las Trading Companies, tales como: Agenciamiento aduanero, flete internacional, operación de ensacado y maquila, servicios de zona franca, almacenamiento, transporte terrestre, transporte fluvial, operaciones portuarias, manejo de

plantas industriales y toma profesional de inventarios físicos, se puede asegurar que son actividades reguladas en Colombia a través del Decreto 1165 de 2019 aunque de manera independiente y, de hecho, existen operadores de comercio exterior que las realizan con su propia regulación, caso de las Agencias de Aduanas, las empresas de Transporte Internacional, las Comercializadoras Internacionales, los Operadores portuarios y aeroportuarios, entre otras. Tampoco se puede desconocer que, en el país existen grupos empresariales que realizan a la par diversas actividades de las enunciadas, incluyendo los servicios de mensajería especializada.

No obstante, las Trading Companies no tienen regulación legal específica en Colombia y, como antes se señaló, el comercio electrónico tampoco.

En consecuencia, si se analiza el auge de las compras por páginas web o plataformas digitales y el crecimiento del tráfico postal y envíos urgentes, es viable pensar que la implementación de la figura del Trading Company con su propia regulación o quizás, mediante la compilación de las normas que regulan el comercio aduanero de acuerdo al proceso en que intervienen es una necesidad actual.

Basta con analizar las dificultades de la pequeña y mediana empresa colombiana al momento de realizar actividades internacionales de comercio, en particular al materializar sus intenciones de exportar, donde los trámites y altos costos operativos terminan desmotivando sus intenciones.

Una Trading podría ser el intermediario de esta mercancía, mediante ventas a través de plataformas digitales, con una ampliación en cuanto al valor de venta, al tamaño de las cajas, el peso de la mercancía, sin que ello constituya carga en sentido estricto.

A la vez, facilitaría la importación para comerciantes que no hacen parte de las grandes cadenas, facilitando la legalidad del ingreso de la mercancía con intención comercial.

En este caso, el comprador nacional al ingresar a realizar su compra a través de medios digitales, recurrirá a la figura de la Trading, quien con su experticia no solo prestará el servicio de tráfico postal y envíos urgentes, sino que se constituiría en su agencia aduanera.

A 2019, Colombia tiene 2.540.953 MIPYMES, que representan el 90% de las empresas del país, las cuales producen el 30% del PIB y emplean más del 65% de la fuerza laboral nacional. De acuerdo con el directorio de exportadores de la DIAN, en 2017, la cantidad de empresas exportadoras aumento en 1,3%, al pasar de 11.150 en 2016 a 11.292 empresas. Este es el crecimiento más bajo de los últimos siete años ubicándose por debajo del promedio anual (2,6%) e igualando la cifra de registrada en 2011. (ANALDEX, 2019)

Sin duda el decrecimiento tiene múltiples razones, pero una de ellas está en el hecho que, por producción, trámites y costos de exportación, las pequeñas y medianas empresas solo pueden responder a un mercado externo dentro de sus propias limitaciones logísticas, de allí, que contando con la participación de una Trading Company que ejerza en sus nombres funciones de transporte, envío – tipo tráfico postal y envíos urgentes -, comercializadora internacional y agencia aduanera, no solo se le apostaría a la legalidad de las operaciones sino también a aprovechar un mecanismo de compra y venta como son las plataformas de internet para ampliar su mercado de comercio electrónico.

Uno de los elementos importantes en esta propuesta radica en que las trading no solo sean comerciales, sino que cumplan las labores de agenciamiento aduanero, al respecto, un paralelo de ambas figuras de acuerdo con el artículo 51 del Decreto 1165/2019, realizaría las siguientes funciones:

Tabla 3.3 Paralelo Agencia de Aduanas y Trading Company

FUNCIONES ADUANERAS	
AGENCIA DE ADUANAS	TRADING COMPANY
Actuar de manera eficiente, transparente, ágil y oportuna en el trámite de las operaciones de comercio exterior ante la autoridad aduanera	Actuar de manera eficiente, transparente, ágil y oportuna en el trámite de las operaciones de comercio exterior ante la autoridad aduanera
Prestar los servicios de agenciamiento aduanero, de acuerdo con el nivel de agencia de aduanas, a los Usuarios de comercio exterior que lo requieran	Prestar el servicio de presentación y legalización de las mercancías a personas que no tengan la calidad de usuario aduanero frente a la DIAN
Suscribir y presentar las declaraciones y documentos relativos a los regímenes de importación, exportación y tránsito aduanero, en la forma, oportunidad y medios señalados por la Unidad Administrativa Especial Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN) de conformidad con la normatividad vigente	Suscribir y presentar las declaraciones y documentos relativos al de importación, en la forma, oportunidad y medios señalados por la Unidad Administrativa Especial Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN) de conformidad con la normatividad vigente
Liquidar y cancelar los tributos aduaneros y sanciones a que hubiere lugar, de acuerdo con lo previsto en la normatividad aduanera	Liquidar y cancelar los tributos aduaneros y sanciones a que hubiere lugar, de acuerdo con lo previsto en la normatividad aduanera
Contar al momento de presentar las declaraciones de importación, exportación o tránsito, con todos los documentos soporte requeridos	Contar al momento de presentar las declaraciones simplificadas de importación con todos los documentos soporte requeridos
Conservar a disposición de la autoridad aduanera copia de las declaraciones de importación, exportación o tránsito aduanero, de los recibos oficiales de pago en bancos y de los documentos soporte, durante el término previsto en el 177 del presente decreto	Conservar a disposición de la autoridad aduanera copia de las declaraciones simplificadas de importación, de los recibos oficiales de pago en bancos y de los documentos soporte, durante el término previsto en el 177 del decreto 1165 de 2019
Asistir a la práctica de las diligencias previamente ordenadas y comunicadas por la autoridad aduanera y permitir, facilitar y colaborar con la práctica de las mismas	Asistir a la práctica de las diligencias previamente ordenadas y comunicadas por la autoridad aduanera y permitir, facilitar y colaborar con la práctica de las mismas


<p>Informar a la autoridad aduanera y al importador sobre los excesos o sobrantes de mercancías encontrados con ocasión de la inspección previa de las mismas, respecto de las relacionadas en los documentos de transporte, en la factura y demás documentos soporte, o sobre mercancías distintas de las allí consignadas, o con un mayor peso en el caso de las mercancías a granel</p>	<p>Informar a la autoridad aduanera y al importador sobre los excesos o sobrantes de mercancías encontrados con ocasión de la inspección previa de las mismas, respecto de las relacionadas en los documentos de transporte, en la factura y demás documentos soporte, o sobre mercancías distintas de las allí consignadas</p>
<p>Suministrar copia o fotocopia de los documentos soporte que conserve en su archivo, a solicitud del respectivo importador o exportador que lo requiera</p>	<p>Suministrar copia o fotocopia de los documentos soporte que conserve en su archivo, a solicitud del respectivo importador o exportador que lo requiera</p>
<p>Reportar a la Unidad Administrativa Especial Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN) o a las autoridades competentes, las operaciones sospechosas que detecten en el ejercicio de su actividad, relacionadas con evasión, contrabando, lavado de activos e infracciones cambiarias</p>	<p>Reportar a la Unidad Administrativa Especial Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN) o a las autoridades competentes, las operaciones sospechosas que detecten en el ejercicio de su actividad, relacionadas con evasión, contrabando, lavado de activos e infracciones cambiarias</p>
<p>Contar con la infraestructura de computación, informática y comunicaciones debidamente actualizada conforme con la tecnología requerida por la Unidad Administrativa Especial Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN), a efectos de garantizar la debida transmisión electrónica en los regímenes aduaneros y los documentos e información que la entidad determine</p>	<p>Contar con la infraestructura de computación, informática y comunicaciones debidamente actualizada conforme con la tecnología requerida por la Unidad Administrativa Especial Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN), a efectos de garantizar la debida transmisión electrónica en los regímenes aduaneros y los documentos e información que la entidad determine</p>
<p>Cumplir a cabalidad los acuerdos de pago celebrados con la Unidad Administrativa Especial Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN)</p>	<p>Cumplir a cabalidad los acuerdos de pago celebrados con la Unidad Administrativa Especial Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN)</p>
<p>Mantener los requisitos exigidos para el ejercicio de la actividad de agenciamiento aduanero</p>	<p>Mantener los requisitos exigidos para el ejercicio de la intermediación como auxiliar de la función aduanera</p>
<p>Entregar a la Unidad Administrativa Especial Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN) o al importador o exportador la documentación que están obligadas a conservar de conformidad con la legislación aduanera, máximo dentro de los cinco (5) días siguientes a su liquidación o cancelación</p>	<p>Entregar a la Unidad Administrativa Especial Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN) o al importador o exportador la documentación que están obligadas a conservar de conformidad con la legislación aduanera, máximo dentro de los cinco (5) días siguientes a su liquidación o cancelación</p>

Asistir a la diligencia de inspección física de mercancías en la hora programada por la Unidad Administrativa Especial Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN) y demás entidades de control ubicadas en los puertos, aeropuertos y pasos de frontera	Asistir a la diligencia de inspección física de mercancías en la hora programada por la Unidad Administrativa Especial Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN) y demás entidades de control ubicadas en los puertos, aeropuertos y pasos de frontera y depósitos habilitados de tráfico postal y envíos urgentes.
-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Fuente: Elaboración propia (2020)

Para ejercer la labor, la norma aduanera no solo debe regular los requisitos para operar como Trading Company, es decir, tipo de persona, patrimonio, domicilio, representación legal, sino que aquellas labores como flete internacional, operación de ensacado y maquila, servicios de zona franca, almacenamiento, transporte terrestre, transporte fluvial, operaciones portuarias, manejo de plantas industriales y toma profesional de inventarios físicos, atenderían lo establecido para el Decreto 1165 de 2019, pero además, las labores de agenciamiento aduanero tendría su propio documento de declaración o guía, como el ejemplo que se presenta a continuación y que permitiría la liquidación de tributos aduaneros en importación o como soporte de envío en exportación:

Figura 3.1 Formato propuesto para guía y liquidación de impuestos

LOGO	TRADING COMPANY XXXXXX	N°XXXXXXXXXX	Origen	Destino		
GUIA AEREA / DERECHOS DE ADUANA		CASH				
DATOS DEL REMITENTE		DETALLE DEL ENVIO			TAMAÑO Y PESO	
No. de cuenta		SERVICIO			No. Piezas	Peso
Nombre de la compañía o Persona Natural		<input type="checkbox"/> Documento <input type="checkbox"/> SI _____ <input type="checkbox"/> Non documento Valor Asegurado Indicar moneda <input type="checkbox"/> Express Documento <input type="checkbox"/> Domestico <input type="checkbox"/> Otros			KG	
Dirección		DESCRIPCION COMPLETA DEL CONTENIDO			Dimensiones en cm largo, ancho, alto	
Código Postal	Teléfono / Fax /				Volumétrico Cobrado	
DATOS DEL DESTINATARIO		Manifiesto Fecha			KG	
Nombre de la Compañía o Persona Natural		Partida Arancelaria			Códigos	
Dirección		Moneda			Especial	
Teléfono		Valor Declarado (Indicar moneda)			Seguro	
Fecha de Envío		Derechos de Aduana / Impuestos en destino			Otros / IVA	
		Destinatario <input type="checkbox"/> Remitente <input type="checkbox"/> Otro _____			Código Moneda	
					TOTAL	
FORMULARIO SIMPLIFICADO DE DECLARACION						
AWE		Fecha de Entrega		Tasa de Cambio		
Desortpolón		FOB US\$		Gravamen		
Peso KG		Flete US\$		IVA		
Destinatario		Seguro US\$		Impuestos Pagados		
Posición Arancelaria		Valor CIF US\$				

Fuente: Elaboración propia (2020)

Conclusiones.

En los últimos años los consumidores han adoptado de manera masiva las tecnologías de Internet, los dispositivos móviles y, en general, lo digital para realizar diferentes tipos de transacciones, incluyendo la compra y venta de mercancías, hasta el punto que, en Colombia, el E-Commerce ha presentado un crecimiento anual del 40% generando así un crecimiento sostenible para el 2016 y poder ser el tercer país en volumen de ventas en Suramérica. (Especialización E-commerce, Esumer, 2020)

El ingreso de mercancía adquirida a través de comercio electrónico (no carga), se encuentra regulado en el artículo 253 del Decreto 1165 de 2019 bajo la modalidad de importación denominada Tráfico Postal y Envíos Urgentes, la cual señala que requieran ágil entrega a su destinatario podrá hacerse por este medio siempre que su valor FOB no exceda de dos mil dólares de los Estados Unidos de América (US\$ 2.000) y que su peso no exceda de cincuenta (50) kilogramos. En relación con la salida la modalidad de exportación está consagrada en el artículo 386 de la misma norma, siempre que su valor no exceda de cinco mil dólares de los Estados Unidos de América (US\$5.000). Sin embargo, la legislación aduanera aún no está adaptada para esta evolución, pues el tema es tratado de manera generalizada pues no se encuentra adaptada a las realidades del comercio y al crecimiento exponencial de esta modalidad, ya que las únicas medidas tomadas para clasificar un paquete como tráfico postal y envío urgente están limitadas en su tamaño, valor y cantidad a nivel muy general, con la flexibilidad de poder declarar tributos aduaneros con una partida arancelaria general en caso de no haberla declarado desde origen lo que se presta para su recurrente utilización sin ningún fundamento para esto.

Las Trading Companies son empresas de comercio internacional especializadas en cubrir toda la cadena logística de exportación e importación. Compran productos en un país y lo venden en diferentes países en los que debe contar con red de distribución propia. Se enfocan principalmente en sectores de altos volúmenes de producción como materias primas, productos semifabricados, metales, productos químicos, farmacéuticos genéricos, entre otros, ofreciendo servicios como: Agenciamiento aduanero, flete internacional, operación de ensacado y maquila, servicios de zona franca, almacenamiento, transporte terrestre, transporte fluvial, operaciones portuarias, manejo de plantas industriales y toma profesional de inventarios físicos.

En consecuencia, si se analiza el auge de las compras por páginas web o plataformas digitales y el crecimiento del tráfico postal y envíos urgentes, es viable pensar que la implementación de la figura de la Trading Company con su propia regulación o quizás, mediante la compilación de las normas que regulan el comercio aduanero de acuerdo al proceso en que intervienen es una necesidad actual, en especial para atender necesidades de la pequeña y mediana empresa colombiana, quien presenta dificultades al momento de realizar actividades internacionales de comercio, en particular al materializar sus intenciones de exportar, donde los trámites y altos costos operativos terminan desmotivando sus intenciones. La trading podría ser el intermediario de esta mercancía, mediante ventas a través de plataformas digitales, con una ampliación en cuanto al valor de venta, al tamaño de las cajas, el peso de la mercancía, sin que ello constituya carga en sentido estricto. A la vez, facilitaría la importación para comerciantes que no hacen parte de las grandes cadenas, facilitando la legalidad del ingreso de la mercancía con intención comercial.

Para ejercer la labor, la norma aduanera no solo debe regular los requisitos para operar como trading company, es decir, tipo de persona, patrimonio, domicilio, representación legal, sino que aquellas labores como flete internacional, operación de ensacado y maquila, servicios de zona

franca, almacenamiento, transporte terrestre, transporte fluvial, operaciones portuarias, manejo de plantas industriales y toma profesional de inventarios físicos, atenderían lo establecido para el Decreto 1165 de 2019, pero además, las labores de agenciamiento aduanero tendría su propio documento de declaración o guía, garantizando el pago de tributos y certificando el envío de mercancía.

Referencias bibliográficas

- Actualidad Ecommerce*. (2020). Obtenido de <https://www.actualidadecommerce.com/nuevas-tendencias-en-el-comercio-electronico/>
- ANALDEX*. (2019). Obtenido de <https://www.analdex.org/2018/07/06/informe-de-exportadores-colombianos-en-el-ano-2017/#:~:text=De%20acuerdo%20con%20el%20directorio,cifra%20de%20registrada%20en%202011.>
- Atehortúa, F. (2019). *Desarrollo Economico Sostenible*. Medellín: Centro Editorial Esumer.
- Boletín DANE*. (2019).
- Boletín Trimestral de las TIC*. (2018).
- Casa Civil Presidencia de la República de Brasil*. (29 de 11 de 1972). Obtenido de http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto-lei/del1248.htm
- Castaño, L. L., Gómez, N., Jiménez, D., & Londoño, G. (2016). Razones de la desaparición de los UAP y Altex en el Nuevo Estatuto Aduanero. *Escenarios: empresa y territorio*, 141-168.
- CEPAL, C. E. (2013). Comercio internacional y desarrollo inclusivo. En N. Unidas, *Construyendo sinergias* (pág. 77). Santiago de Chile.
- Claro*. (2020). Obtenido de <https://www.claro.com.co/negocios/todo-claro/noticias-interes/comercio-electronico/>
- Comercio Exterior*. (2020). Obtenido de <http://www.comercio-exterior.es/es/action-diccionario.diccionario+idioma-223+1-E+p-841+pag-/Diccionario+de+comercio+exterior/empresa+trading.htm>
- Especialización E-commerce, Esumer*. (2020). Esumer.
- Forbes*. (26 de Julio de 2020). Obtenido de <https://forbes.co/2020/07/26/actualidad/impuestos-a-envios-internacionales-menores-a-us200-serian-eliminados/>
- Grupo Bancolombia*. (19 de Mayo de 2019). Obtenido de <https://www.grupobancolombia.com/wps/portal/empresas/capital-inteligente/actualidad-economica-sectorial/tendencias-comercio-internacional-2019>
- Instituto Alemán de Cooperación e Innovación*. (12 de Enero de 2020). Obtenido de <https://iaci.es/5-tendencias-en-el-comercio-internacional-en-el-2020/>
- La República*. (10 de Febrero de 2020). Obtenido de <https://www.larepublica.co/consumo/tendencias-para-el-comercio-electronico-2962138>
- Ministerio de Hacienda y Crédito Público. (02 de 07 de 2019). *DIAN*. Obtenido de Portal DIAN: https://www.dian.gov.co/normatividad/Decretos/Decreto_1165_02072019.pdf

Orrego, L., Castaño, M. E., & Londoño, G. A. (2016). La facilidad del régimen de importación en un estudio comparativo de los procesos consagrados en el decreto 2685 de 1999 y el decreto 390 de 2016. *Mercatec*, 27-36.

Procolombia. (2019). Obtenido de <https://procolombia.co/informes/informe-de-exportaciones>