



Universidad
de La Laguna

Facultad de Ciencias Políticas, Sociales y de la Comunicación

Trabajo de Fin de Grado

Grado en Periodismo

Comercio electrónico en Canarias

*La problemática aduanera y su repercusión en consumidores y
transportistas*

Alumno: Samuel Joany González Darías

Tutor: Juan Pablo del Río Disdier

Curso académico

2015-2016

FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS, SOCIALES Y DE LA COMUNICACIÓN

AVAL FAVORABLE

D. Juan Pablo del Río Disdier, profesor del Departamento de Economía Aplicada y Métodos Cuantitativos de la Universidad de La Laguna.

Como director del Trabajo Fin de Grado titulado:

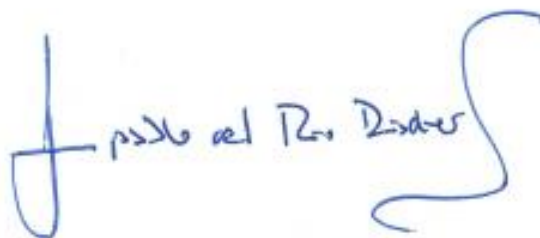
**“Comercio electrónico en Canarias. La problemática aduanera
y su repercusión en consumidores y transportistas”**

realizado por el estudiante **Samuel Joany González Darías**,

autorizo su entrega y defensa pública, dado que reúne los requisitos establecidos por el Reglamento del Trabajo Fin de Grado.

San Cristóbal de La Laguna, 9 de septiembre de 2016.

Fdo.



Juan Pablo del Río Disdier

Resumen

El comercio electrónico ha revolucionado en la última década la forma en la que compramos por internet. La globalización y la apertura de grandes portales online como Amazon, donde se pueden adquirir una infinidad de productos distintos provenientes de casi cualquier parte del mundo, ha cambiado el concepto que tenemos de mercado y la forma que tenemos de relacionarnos entre consumidores y empresas.

En este contexto, la Unión Europea ha abogado desde sus inicios por fomentar el comercio dentro de sus fronteras, suprimiendo aranceles entre los países de la Unión e intentando, a través de la unión monetaria, eliminar barreras e impedimentos que tenía el comercio internacional en el viejo continente.

Pero pese a todo ello Canarias sufre una situación distinta. En una época donde el comercio electrónico crece a un ritmo vertiginoso, Canarias está muy por detrás de las medias españolas y europeas de compra y venta a través de internet. La existencia de una aduana que actúa incluso en pedidos nacionales, los retrasos que se producen en la entrega de los paquetes debido a nuestra lejanía y la insularidad, que complica la creación de una red de logística y transporte eficaz, son solo algunas de las razones que impiden que Canarias se equipare con el resto de territorios europeos.

En este trabajo se analizarán las causas y motivos anteriormente descritos, intentando dar una visión global del problema, así como viendo el papel que cumplen los distintos elementos que intervienen en el proceso, como lo pueden ser el DUA, las agencias de transporte o la propia aduana canaria.

Índice

1. INTRODUCCIÓN.....	1
2. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	2
3. ANTECEDENTES Y ESTADO ACTUAL DEL TEMA	4
3.1. EL COMERCIO ELECTRÓNICO EN ESPAÑA.....	5
3.2. LA SITUACIÓN DEL COMERCIO ELECTRÓNICO EN LAS ISLAS CANARIAS.....	7
4. MARCO TEÓRICO	10
4.1. LA SITUACIÓN ESPECIAL DE CANARIAS: LEJANÍA E IMPUESTOS....	10
4.2. EL DUA, PRIMER OBSTACULO PARA EL COMERCIO ELECTRÓNICO CANARIO	12
4.3. LAS AGENCIAS DE TRANSPORTE.....	15
4.3.1. Correos	16
4.3.2. Seur.....	16
4.3.3. MRW.....	17
4.3.4. DHL	18
4.3.5. UPS	18
4.3.6. Nacex.....	18
4.4. IMPACTO EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN	19
5. METODOLOGÍA OBJETIVOS E HIPÓTESIS	21
5.1. OBJETIVOS	21
5.2. HIPOTESIS	21
6. ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN Y RESULTADOS	23
6.1. LEGISLACIÓN CANARIA.....	23
6.2. REALIDAD CANARIA.....	27
7. CONCLUSIONES.....	33
8. BIBLIOGRAFIA.....	36

1. INTRODUCCIÓN

El comercio electrónico es una de las actividades económicas que más expansión está teniendo en la última década. Hoy en día miles de negocios poseen una tienda online complementaria y otros tantos son puramente online, eliminando el componente de la tienda física. Páginas webs como Amazon o Aliexpress han popularizado el comercio electrónico alrededor de todo el mundo, pudiendo acceder a un catálogo de productos tan inmenso que ninguna tienda física podría ofrecer.

En este entorno de globalización creciente, la Unión Europea ha fomentado un espacio de comercio internacional más accesible gracias a la eliminación de la mayoría de aduanas y el uso de moneda única. Según los datos recopilados por Eurostat, alrededor de un 47% de la población de la Unión Europea realizó algún tipo de compra por internet en el año 2013, siendo el país más comprador Dinamarca, donde un 77% de su población realizó algún tipo de transacción por internet.

En España, cerca de 11 millones de personas compraron algún tipo de bien a través de internet en el año 2013, según el Instituto Nacional de Estadística. Esto supone aproximadamente un 32% de la población, 15 puntos menos que la media europea. Dentro de nuestro país, la comunidad que más compra en internet es el país vasco, con un 41,1% de las compras, mientras que Canarias es la comunidad donde menos se consume a través de la red, con tan solo un 20,7% de las compras provenientes de las islas.

Es precisamente este último dato el que lleva a realizar este análisis. ¿Por qué en Canarias se consume menos que en el resto de España? ¿Suponen las aduanas canarias un problema para el comercio electrónico en las islas? ¿Se benefician las empresas transportistas de ello? Estas son algunas de las preguntas que se intentarán responder a lo largo del trabajo.

Hay que destacar que en este documento se hablará exclusivamente del comercio “B2C” o “Business-to-Consumer” (Del negocio al consumidor), es decir, tratará del comercio que se produce entre una empresa y un particular, ya que es el que precisamente provoca más confusión sobre la cuestión aduanera.

2. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

Son varios los motivos que llevan a centrar la investigación en la problemática aduanera respecto al comercio electrónico en las islas. El primero de ellos, y el que más concierne a la población canaria, es que es frecuente encontrar en medios de comunicación locales noticias referentes al DUA (Documento Único Administrativo). El DUA, explicado por la empresa aduanera barcelonesa Gecotex, es:

El DUA (Documento Único Administrativo) es un documento en soporte papel utilizado en trámites aduaneros de importación o exportación y que debe presentarse ante las autoridades de la Aduana. El DUA proporciona información sobre el producto que se va a importar o exportar y sirve de base para la declaración tributaria. El DUA es un documento imprescindible que ha de acompañar a las mercancías para cumplir con las formalidades aduaneras en operaciones de importación y exportación fuera de la Unión Europea.

Lo cierto es que aún existen problemas en Canarias referidos a este documento y, en general, a la desinformación sobre el mismo, lo que genera confusión entre los usuarios del comercio electrónico. Según el *Informe sobre el comercio electrónico en Canarias 2014* hay un 5,2% de canarios que no compran en internet debido a que las empresas no atienden pedidos en esta zona, frente al 2,7% de media nacional que tiene el mismo problema.

Pero no es el DUA el único motivo de la controversia. También es destacable el papel de la aduana canaria en el mismo, que suele conllevar un retraso de al menos un día en la entrega del pedido debido al tiempo que se tarda en gestionar el documento. Asimismo, las agencias de transporte suelen añadir un sobrecoste a esta gestión que puede aumentar el coste del pedido en unos catorce o treinta euros dependiendo del transportista que tenga que realizar la gestión.

A todo ello se añade también el AIEM, un impuesto que teóricamente protege al comercio interior canario gravando los productos importados que ya se produzcan en las islas, pero que en muchas ocasiones genera confusión al comprador al no saber por lo que se le está cobrando.

Luego, existe también el problema de los retrasos a la hora de entregar los paquetes. Mientras en el territorio peninsular la entrega de mercancías puede tardar, a lo sumo, entre dos y tres días, en Canarias este tiempo puede extenderse incluso hasta los ocho días. Esto desanima a mucha gente que desea comprar algún producto para hacer un regalo o tener un detalle especial con otra persona, ya que obliga a planificar y realizar la compra con hasta dos semanas de antelación si se quiere tener a tiempo.

Todo ello es un resumen de los problemas que tienen los canarios referentes al comercio electrónico. En la siguiente gráfica observamos los principales problemas presentados al comprar por internet, comparando la media española y la canaria.

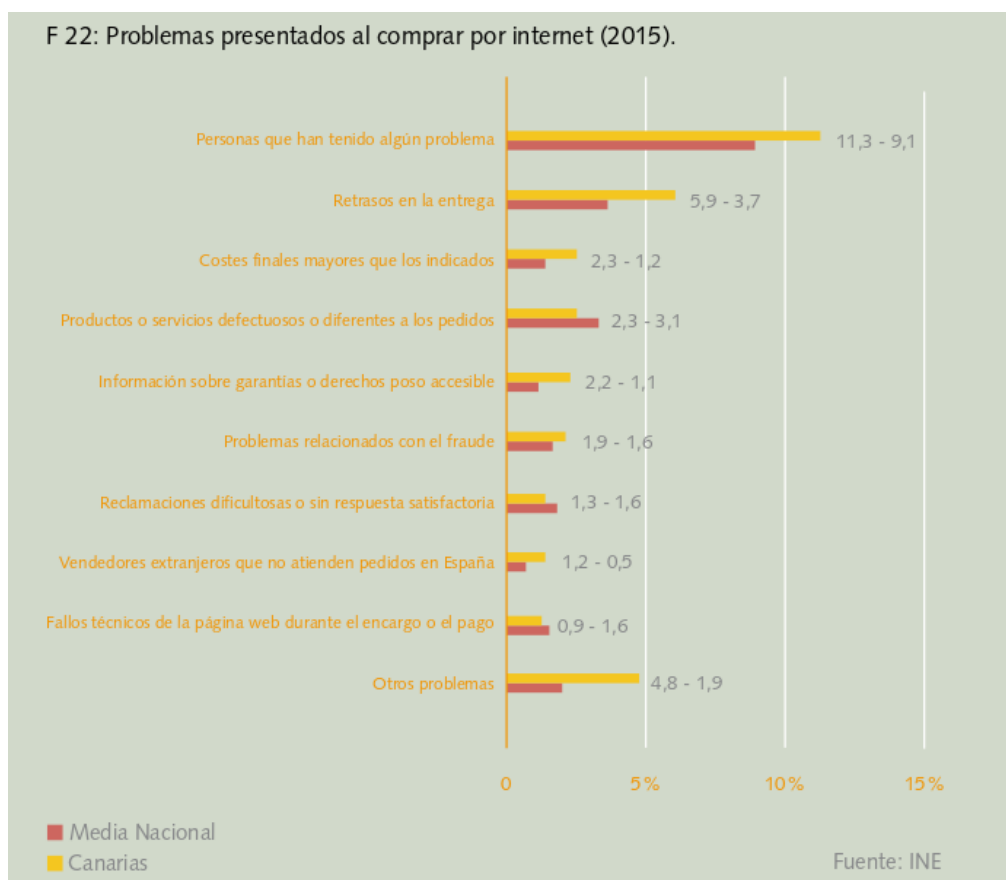


Figura 1: Gráfica sobre los problemas presentados al comprar por internet, comparativa entre media nacional y Canarias. Reproducido de *Informe sobre el comercio electrónico en Canarias 2014*

Es notable ver el incremento sustancial de “Otros problemas” con casi tres puntos porcentuales de diferencia entre España y Canarias. Cabría preguntarse cuantas personas eligieron esta opción debido a la problemática aduanera única en esta región, ya que ninguna de las otras opciones contemplaba dicha posibilidad.

También es notable el incremento sobre la cuestión de “Retrasos en la entrega”, algo que parece afectar especialmente a Canarias pues hay una diferencia de 2,2 puntos porcentuales respecto a la media nacional.

Es por ello que surge la necesidad de investigar y profundizar en esta problemática del comercio electrónico en Canarias. Ahondar más en el tema, descubrir las dificultades que entraña el comprar en internet en nuestra comunidad y, sobre todo, tratar de explicar y acercar a la ciudadanía términos como el DUA o autodespacho, lo que lleva a pensar que este trabajo puede tener un valor periodístico tanto por la labor informativa del mismo así como por la labor de investigación de documentos y normativas al respecto.

3. ANTECEDENTES Y ESTADO ACTUAL DEL TEMA

Comencemos situando los orígenes y definición del comercio electrónico. Para Gariboldi (1999) “el desarrollo de las nuevas tecnologías, la liberalización del mercado de las telecomunicaciones y las grandes inversiones realizadas en este sector han permitido que la capacidad y el volumen de las comunicaciones se expanda de una manera revolucionaria” (p. 1). Esto nos permite ver al comercio electrónico como una evolución lógica del comercio tradicional ante toda la vorágine tecnológica actual.

Pero para encontrar el verdadero origen del comercio electrónico hay que retroceder aún más en el tiempo. Según el estudio realizado por Ibraim Kaba (2008) “El origen del comercio electrónico se dio en los años 70’s con la introducción de las transferencias electrónicas de fondos (Electronic Funds Transfer – EFT) entre los bancos para el mejor aprovechamiento de los recursos computacionales existentes en la época.” (p. 10) Por lo que el crecimiento que experimenta el comercio electrónico en los últimos años es producto de la masificación y perfeccionamiento de la tecnología que empezó a desarrollarse en esa época.

Tratar de definir algo tan complejo y que engloba tantos campos como el comercio electrónico es algo complicado. Para Gariboldi, el comercio electrónico es “Toda transacción comercial (producción, publicidad, distribución y venta de bienes y servicios) realizada tanto por personas, empresas o agentes electrónicos a través de medios digitales de comunicación, en un mercado virtual que carece de límites geográficos y temporales” (p. 4). Cristina Rodríguez (2015) lo simplifica en una frase: “El e-commerce consiste en la distribución, venta, compra, marketing y suministro de información de productos o servicios a través de Internet.” (párrafo 1)

Por tanto, vemos que el elemento distintivo del comercio electrónico es la eliminación del soporte físico de la venta, realizándose esta a través de internet y ampliando, por tanto, el mercado y las posibilidades tanto de las empresas como de los consumidores.

Pasemos a analizar ahora el contexto europeo del comercio electrónico. En Europa, según los datos recopilados por eurostat en su informe *Estadísticas sobre la sociedad de la información - Hogares y particulares* (2015), en 2014 un 81% de los hogares de los países miembros de la Unión Europea contaba con acceso a internet. Además, el informe añade que, en ese mismo año, “algo más de las tres cuartas partes (78 %) de todos los ciudadanos en la EU-28 de edades comprendidas entre los 16 y los 74 años utilizaron internet” (párrafo 8). Esto nos viene a indicar que estamos en una sociedad conectada a internet y con un uso bastante amplio del mismo. Si un 81% de los hogares de la UE tiene acceso a internet, esto quiere decir que un 81% de hogares de la Unión tiene acceso a la extensa red de comercio electrónico mundial.

Ahondando en los datos proporcionados por dicho informe, advertimos también que en 2014 la mitad de la población entre 16 y 74 años de edad en la UE había adquirido

algún tipo de bien o servicio para uso privado a través de internet. En países como Dinamarca, Reino Unido o Alemania esta cifra aumenta hasta los dos tercios de la población, lo que nos indica una fuerte penetración del comercio electrónico en el mercado centro-europeo.

Pasando a los datos económicos, según el informe Ecommerce Europe (2016) en su informe *European B2C E-commerce Report 2016*, se estima que el comercio electrónico entre empresas y particulares tuvo un volumen de negocio, en el año 2015, de 407,4 miles de millones de euros en los 28 países miembros de la UE, generando más de dos millones y medio de empleos de manera directa o indirecta. Este mismo estudio estima que el gasto medio de los europeos en comercio electrónico asciende a 1.540 euros anuales.

El país que lideró el comercio electrónico en el año 2015 fue el Reino Unido, generando un volumen de negocio de 157,1 mil de millones de euros de los 407,4 miles de millones totales. Le sigue en segundo lugar Francia, con un volumen de negocio de 64,9 miles de millones de euros y en tercer lugar se situaría Alemania, con 59,7 miles de millones de euros.

Realizando el desglose de gasto por sectores, vemos que el producto más demandado son los vuelos de ocio, con un 77% de ventas online frente a las físicas. La proliferación de comparadores de hoteles, agencias de viaje online y comparadores de vuelos por internet posiblemente ha contribuido a que los europeos prefieran comprar su viaje por internet en vez de ir a la agencia de viajes física a planificarlo. El producto menos demandado por internet son los comestibles, lo que nos indica, pro el contrario, que la gente sigue prefiriendo ir al supermercado local a adquirir esta clase de productos en vez de realizar su compra de manera online.

3.1.EL COMERCIO ELECTRÓNICO EN ESPAÑA

Centrándonos en nuestro país, podemos rescatar los datos del informe de Ecommerce Europe (2015) sobre el comercio electrónico en el sur de Europa. Según este análisis, los españoles gastamos de media 1.174 euros en compras electrónicas siendo, además, el país con mayor volumen de mercado electrónico de la zona sur de Europa (Italia, Portugal, Turquía, Grecia y España). España mueve alrededor de 16.900 millones de euros, siendo Italia el segundo país en volumen de mercado con 13.278 millones de euros y Turquía el tercer país en este aspecto con 9.800 millones de euros.

Fijándonos en los aspectos demográficos analizados también en este informe vemos que en España, en el año 2014, hay una población de 46 millones de personas. De estas, 30 millones de personas usan internet y se estima que 14.4 millones son usuarios del comercio electrónico. Además, se estima que un 41% de la población es usuaria activa en las redes sociales, siendo la más usada Facebook, con un 48% de cuota de usuarios respecto al resto de redes sociales.

Asimismo, vemos que para el 51% de personas que compran en el extranjero a través de internet la principal motivación es la búsqueda de ofertas atractivas con las que ahorrar dinero. Atendiendo al e-commerce nacional, según el estudio realizado por Sajid Abad (2014) que cita al INE, las principales razones para comprar por internet de los españoles son “comodidad (78%), precio (73,2%) y ahorro de tiempo (65,5%)”. Además,

continúa el estudio, “en 2013, más de la mitad de los compradores por internet en España (57.4%) están comprendidos entre los 25 y 44 años de edad, los jóvenes entre 16 y 24 años representan un 14,6%, mientras que las personas mayores de 55 años son menos del 10%.” (p. 7). Por lo que vemos que en nuestro país la mayoría de usuarios de comercio electrónico se concentra en la franja de edad entre los 25 y 44 años. Esto nos hace ver que son las nuevas generaciones las que más apuestan por el comercio electrónico y las que menos reticencias tienen ante el mismo.

Con los datos recopilados, vemos que el comercio electrónico ha afianzado su posición en España en los últimos años. Consultando el reciente informe de Elogia *Estudio Anual de eCommerce 2016* (2016) podemos obtener datos aún más focalizados. El 74% de las compras realizadas por internet en mayo de 2016 eran para uso individual del propio comprador, es decir, nos encontramos ante un mercado potencialmente individualizado, donde el comprador es a la vez el receptor del producto. Asimismo, estos compradores demuestran un mayor interés por estar informados acerca del producto que están comprando. Un 52% de los compradores indagan sobre sus productos en los principales buscadores de internet, mientras que otro 56% busca, adicionalmente, información directamente en la web de la tienda. Así, vemos que estamos ante un comprador mucho más informado sobre el proceso de selección de compra, ya que recurre a varios medios proporcionados por la web donde se informa de las características de los productos deseados.

Pero el punto interesante de análisis en este informe son los “drivers” de la elección de un e-commerce por parte del comprador, es decir, los principales motivos por los que los compradores eligen un comercio electrónico frente a otro.

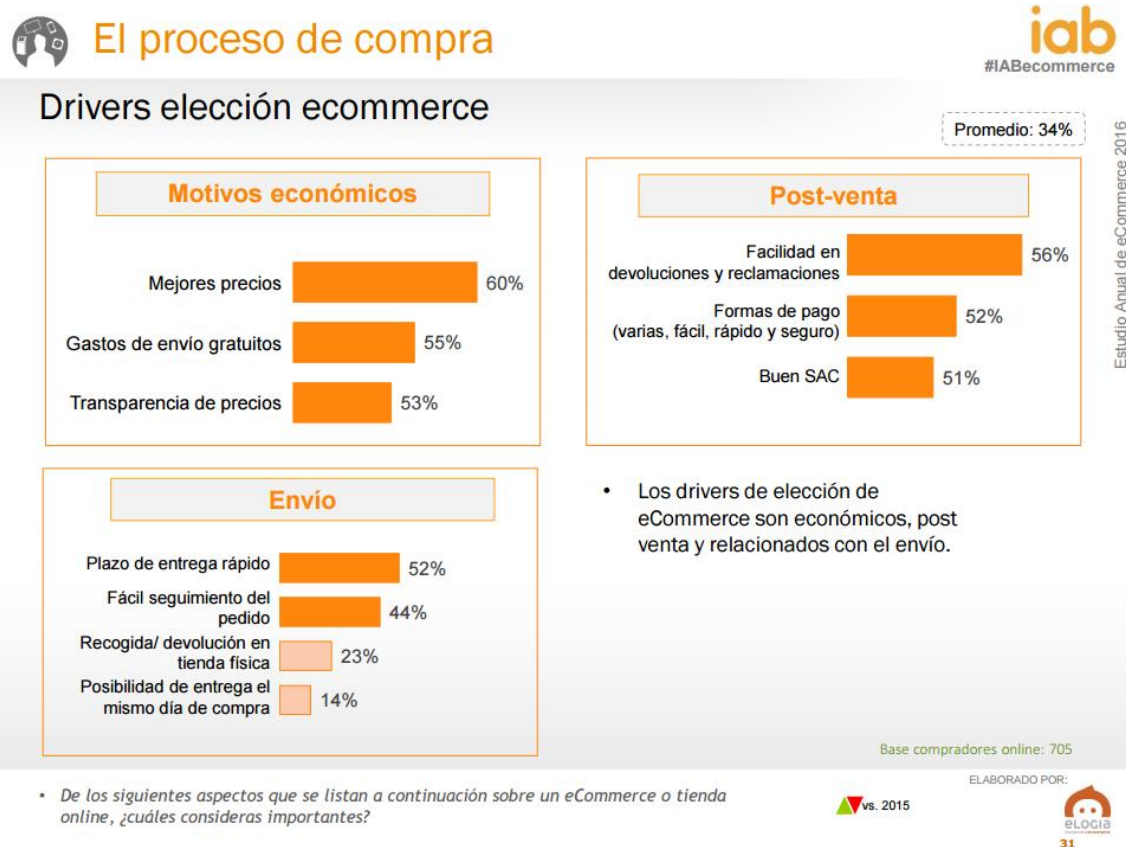


Figura 2: Drivers elección ecommerce. Reproducido de *Estudio Anual de eCommerce 2016* p. 31

En esta tabla vemos que los principales motivos para elegir un comercio online son los mejores precios, los plazos de entrega rápidos y la facilidad a la hora de realizar devoluciones o reclamaciones. También es destacable que un 55% de los encuestados destaque también los gastos de envío gratuitos como uno de los principales motivos económicos para elegir un comercio. Esto nos muestra la importancia que tiene para los españoles la rapidez, el ahorro, tanto en mejores precios como en los gastos de envío gratuitos, y el servicio post-venta de devoluciones y reclamaciones.

Sobre los plazos de entrega, indaga aún más el informe y concluye que “el plazo de entrega debería ser por debajo de los 5 días, aunque una cuarta parte estaría dispuesta a pagar para conseguirlo más rápidamente.” (p. 33) De hecho, atendiendo a los resultados que arroja la encuesta realizada para llegar a tal conclusión, solo un 6% de los encuestados considera que el plazo de entrega podría ser superior a 8 días. Este es un dato interesante que contrastaremos más adelante con el consumidor canario.

Por otra parte, también cabe mencionar el análisis realizado sobre los “no compradores” de comercio electrónico y las principales barreras que encuentran muchos de ellos para seguir prefiriendo el comercio tradicional y físico al comercio online. Para un 39% de los encuestados el principal problema es que no puede probarse los artículos, mientras que un 28% prefiere ver y tocar el producto por lo que opta por la compra física. Pese a ello, el 95% de los “no compradores” se informa en internet a la hora de realizar una compra, bien sea comparando precios por internet, buscando especificaciones del producto o bien simplemente buscando la ubicación exacta de la tienda donde realizar la compra. Es por esto que nos encontramos ante una sociedad que, mayoritariamente, opta por informarse por internet antes de realizar cualquier compra, ya sea esta física u online.

Habiendo visto la situación general del comercio electrónico en España, pasemos a analizar la situación particular canaria, para poder empezar a establecer puntos de comparación y ver las principales diferencias entre el comercio electrónico canario y el peninsular.

3.2.LA SITUACIÓN DEL COMERCIO ELECTRÓNICO EN LAS ISLAS CANARIAS

En Canarias, la situación del comercio electrónico es bien distinta. Como se mencionó anteriormente, en el estudio del INE *El comercio electrónico y el uso de las nuevas tecnologías. Compras por internet* se destaca que Canarias es la comunidad autónoma donde menos se recurre al comercio electrónico, con tan solo un 20,7% de canarios que compraron algún producto en internet en el año 2013, más de 20 puntos porcentuales de diferencia con la comunidad donde más gente ha utilizado este tipo de comercio, que es el País Vasco, con un 41,1% de uso.

El bajo uso del comercio electrónico en Canarias evidencia que existe un problema en esta comunidad para impulsar este tipo de comercio. Rescatando de nuevo el *Informe sobre el comercio electrónico en Canarias 2014 (Edición 2015)* realizado por el OCTSI, podemos observar una gráfica donde se aprecia mejor la diferencia entre el uso de nuevas tecnologías en España y Canarias, sumado al uso del comercio electrónico.

Cifras de población y uso de las TIC en Canarias y España				
	Canarias		España	
Población entre 16 y 74 años	1.655.584		34.494.505	
Población que ha usado el teléfono móvil en los últimos 3 meses	1.538.038	92,9%	32.907.758	95,4%
Población que ha accedido a internet en el último año	1.270.910	76,8%	27.483.810	79,7%
Población internauta (al menos 1 vez en semana últimos 3 meses)	1.196.987	72,3%	25.767.395	74,7%
Población que ha comprado por internet en el último año	510.095	30,8%	14.604.825	42,4%
Población que ha comprado por internet en los últimos 3 meses	343.280	20,7%	11.060.876	32,1%

Fuente: INE.

Figura 3: Cifras de población y uso de las TIC en Canarias y España. Reproducido de *Informe sobre el comercio electrónico en Canarias 2014 (Edición 2015)* p. 29

Es apreciable que el uso de nuevas tecnologías muestra apenas diferencias entre la media canaria y la media española. La población que ha usado teléfonos móviles en los últimos tres meses muestra una diferencia de apenas tres puntos porcentuales, al igual que la diferencia entre la población canaria que ha accedido a internet en el último año y la población española en general, que muestra una diferencia similar.

Sin embargo, observamos que la diferencia empieza a ser notoria cuando analizamos la población que ha comprado en internet en el último año y en los últimos 3 meses. En ambos casos, la diferencia entre la media española y la media canaria es de casi 12 puntos porcentuales, lo que muestra que en Canarias estamos muy por debajo de la media nacional de comercio electrónico. Esto evidencia los problemas que tienen los canarios para realizar compras a través de internet. Según el propio informe con el que estamos trabajando, se cita:

En lo que respecta a los problemas encontrados al realizar compras por internet, en primer lugar hay que indicar que en Canarias un 11% de las personas que compraron por internet en 2014 declaran haber tenido algún problema, frente al 9% nacional. La principal dificultad alegada por los compradores del Archipiélago son los retrasos en la entrega, seguida por unos costes superiores a los anunciados, problemas con el producto recibido (por tener daños o ser distinto del solicitado), y falta de información sobre garantías y derechos.

Comparando las respuestas de Canarias con la media nacional destaca una mayor incidencia de los retrasos en las entregas y de un coste superior al indicado, así como la categoría de “otros problemas”. Observatorio Canario de las Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información, 2015 pp. 35-36

Con estos datos presentes, es irrefutable decir que los canarios tienen mayores problemas que el resto de españoles para realizar compras a través de internet. Pasemos a analizar más en detalle los problemas ya mencionados en el marco teórico.

4. MARCO TEÓRICO

Hemos visto hasta ahora una recopilación de los principales problemas que afronta el comercio electrónico en nuestras islas, pero detengámonos a analizarlos en mayor profundidad. En primer lugar, atendiendo a la figura 1, vemos que los principales problemas de los canarios, o al menos, los que resaltan por encima de los problemas del resto de España, son los retrasos en la entrega, las personas que han tenido problemas a la hora de comprar por internet y la categoría “otros problemas” que debemos deducir mucha gente habrá elegido para referirse al escollo adicional que suponen las aduanas para los envíos a Canarias.

Para tratar el tema del retraso en los envíos, veremos primeramente la situación especial de Canarias, su insularidad y lejanía respecto al resto del territorio español. Esto nos ayudará a entender y poseer una visión más global de la raíz del problema respecto a los retrasos. A su vez, para tratar el tema aduanero analizaremos en primer lugar el DUA, Documento Único Administrativo, principal quebradero de cabeza tanto para particulares como para empresas por el sobrecoste que supone su cumplimentación si esta es realizada por la empresa transportista.

Por último, pondremos énfasis en la aduana canaria y explicaremos cuál es su papel y su trabajo en todo el proceso de comercio electrónico. La percepción social puede ser que sea la aduana la que incrementa sustancialmente el coste de un pedido por internet, pero trataremos de explicar con detalle que es la aduana para despejar estas incógnitas al público general.

Pasemos pues al primer problema, la particularidad canaria.

4.1.LA SITUACIÓN ESPECIAL DE CANARIAS: LEJANÍA E IMPUESTOS

Las Islas Canarias poseen una situación única tanto para España como para la Comunidad Europea. La lejanía de las mismas del territorio europeo, así como su fragmentación al ser un territorio insular compuesto por siete islas de distintas características, hacen que en Canarias sea difícil establecer una red eficiente de comunicación y logística, pues mientras que en territorio peninsular se pueden realizar múltiples conexiones de carreteras eficientes y baratas, para el transporte insular no queda más remedio que recurrir a la conexión aérea o marítima.

Además, la geografía canaria supone también un problema a la hora de realizar conexiones terrestres dentro de la propia isla. La existencia de múltiples parques naturales protegidos, así como la imposibilidad de trazar rutas terrestres eficaces que conecten los distintos puntos de la isla, hacen que muchas de las carreteras de islas sean un auténtico calvario a la hora de realizar conexiones o establecer puntos de entrega eficientes entre aeropuertos y agencias de mensajería. Prueba de ello ha sido la dificultad que ha tenido el gobierno canario a la hora de llevar a cabo el proyecto del anillo insular tinerfeño, cuya

intención era conectar el sur de la isla con el norte y ha sufrido diversos retrasos en numerosas ocasiones.

Esta característica especial de lejanía es reconocida por la propia Unión Europea, pues Canarias está considerada una de las Regiones Ultraperiféricas de la Unión Europea (RUP) entre las que se encuentran otras regiones como Azores, Madeira o la Guayana Francesa.

En cuanto a los plazos de entrega, observamos anteriormente que en el *Estudio Anual de eCommerce 2016* (2016) el informe concluía que “el plazo de entrega debería ser por debajo de los 5 días, aunque una cuarta parte estaría dispuesta a pagar para conseguirlo más rápidamente.” (p. 33). Rescatando los datos que apoyan esta afirmación, un 66% de los encuestados considera que el plazo de entrega debe ser inferior a 5 días, incluso el 24%, como menciona el informe, estaría dispuesto a pagar un coste adicional para acelerar dicho proceso de entrega.

Nos encontramos entonces que más de la mitad de los encuestados considera que un período mayor a 5 días de entrega se consideraría un retraso. Si atendemos a los plazos de entrega para Canarias ofrecidos en la página web de Correos, vemos que en el producto recomendado según la propia web, el “paq 48”, el tiempo estimado de entrega a Canarias de envíos con origen peninsular es de 3 a 4 días, sin contar la demora que pueda suponer los trámites aduaneros. La premisa de este producto es precisamente ser entregado en un plazo de 24 a 48 horas, por lo que nos encontramos que para Canarias ese plazo se extiende hasta el triple o cuádruple del tiempo estimado, aunque entraría dentro de la horquilla de lo aceptable sin contar el posible retraso que pueda suponer la gestión en aduanas.

Aun así, la modalidad de paquete azul es por lo general la más usada para este tipo de envíos, ya que es la que permite mayor flexibilidad a la hora de enviar distintos tipos de mercancías. Para esta modalidad, Correos advierte que la entrega al territorio español se realiza en 4 o 5 días hábiles, pero para Canarias puede demorarse hasta 8 días hábiles, sin contar nuevamente con los posibles retrasos que suponga la tramitación aduanera. Estamos ante una espera que, volviendo al estudio de Elogia, solo aceptaría un 6% de los encuestados. Podemos empezar a relacionar ahora estos plazos de entrega tan dilatadas comparado con el servicio ofrecido en la península, así como el descontento de los canarios que ven este retraso como uno de los problemas del comercio electrónico en las islas.

Pero lógicamente estos retrasos responden a una circunstancia geográfica evidente. Según el servicio online Google Maps, entre la isla de Tenerife y Madrid hay aproximadamente unos 2.000 kilómetros de distancia, amén de que esta distancia, evidentemente, solo se puede recorrer con avión desde la capital de España.

A esta distancia, que incrementa como es de esperar el tiempo que tarda en entregarse un paquete que proviene de la península y que debe ser mandado en un avión hacia las islas, se le debe añadir otra particularidad de Canarias, que no es otra que su sistema tributario, diferente al español.

En España, el impuesto indirecto por excelencia aplicado al consumo es el IVA, es decir, el Impuesto sobre el Valor Añadido. Este gravamen es por norma general del 21%

en la mayoría de productos, aunque existen tipos reducidos del 10% y superreducidos del 4% para determinados productos. En Canarias, sin embargo, a diferencia del resto del territorio nacional, tenemos un impuesto diferente que es el IGIC o Impuesto General Indirecto Canario, que tributa de una manera diferente al IVA ya que es del 7% por carácter general, 3% de carácter reducido y 0% el de carácter superreducido. A priori, vemos que los canarios disfrutan de una ventaja fiscal en este sentido, ya que el impuesto es menor que en el resto del territorio peninsular, pero es precisamente esta diferencia tributaria la que abre el escollo de la aduana. Al haber una tributación distinta en Canarias, todos los productos que se importen al territorio deben someterse a la aduana canaria para poder aplicarse el impuesto correspondiente. Lo que en un principio surge como una compensación a la lejanía que sufren las islas respecto al resto de territorio nacional acaba entorpeciendo el comercio electrónico en las mismas, añadiendo una barrera burocrática como lo es la cumplimentación del DUA, del que hablaremos más adelante.

Otro impuesto aplicado también en Canarias a la importación es el AIEM o Arbitrio sobre Importaciones y Entregas de Mercancías en las islas Canarias. Este impuesto, al contrario que el IGIC, es de carácter arancelario y pretende gravar productos importados que pueden o pudieran ser fabricados en las Islas Canarias. Esto es una forma de, digamos, proteger el comercio interior en las islas, pero acaba suponiendo un sobrecoste adicional al comercio electrónico. El impuesto puede ir desde el 5% el más bajo hasta el 15% el más alto dependiendo del producto.

Vemos así el doble problema canario: La lejanía, que provoca retrasos y tiempos más prolongados de entrega de un producto, y los impuestos especiales de la región, como el IGIC o el AIEM, que suponen sobrecostes que debe afrontar el comprador y, además, en el caso del IGIC generan un obstáculo más, la aduana y el DUA.

4.2.EL DUA, PRIMER OBSTACULO PARA EL COMERCIO ELECTRÓNICO CANARIO

Como explicamos al inicio de este trabajo, el DUA es el Documento Único Administrativo, un documento que proporciona información sobre el producto importado o exportado y que debe presentarse para la correspondiente declaración tributaria.

Actualmente, están exentas de realizar esta tramitación las compras cuyo importe sea inferior a la cifra de 22 euros. Esta cifra se hace insuficiente para la mayoría de consumidores, pues muchas veces o bien el producto adquirido sobrepasa con creces dicha cifra o bien directamente no es rentable pagar los gastos de envío a Canarias, que pueden llegar a ser realmente caros como veremos más adelante, por un producto cuyo coste puede ser incluso menor que los gastos de envío.

Una propuesta recurrente para aliviar esta carga es la de elevar esa cifra hasta los 150€. De esta forma, según Jonathan González (2016), de la web especializada en e-commerce *Fresh Commerce*, quedarían exentas de realizar esta tramitación un 70% de las compras realizadas desde las islas. Aun así, se puntualiza que debido a la normativa europea es muy improbable que el DUA desaparezca del todo, debido ya que la región canaria se beneficia de las ventajas del Régimen Económico y Fiscal.

Sobre el DUA, Zamora y Salazar (2015) explicaban brevemente su naturaleza en *Análisis del comercio electrónico y su evolución en Canarias*:

Respecto a la aduana, siempre tendremos que enfrentarnos al engorroso trámite del DUA (Documento Único Administrativo). En él se refleja el origen o procedencia de la mercancía, el vuelo o barco en el que llega, su contenido (siguiendo una tabla fija con categorías de productos) y cuál es el valor de la factura, o, si no la tuviera por no ser mercancía comercial (envíos entre particulares), cuál sería su valor estadístico (por indicios o precio medio de mercado, también siguiendo unas tablas). Para esto debemos acudir a un agente de aduanas, el cual, obviamente nos cobrará por este servicio, encareciendo el precio del producto en un gran porcentaje de lo que nos ha costado en su origen, a veces incluso duplicarlo. García Zamora, David; Rolo Salazar, Polanski p. 23

Por tanto, vemos que, pese a que el DUA es un documento necesario para realizar el trámite de exportación o importación, entorpece enormemente este proceso haciéndolo más caro y confuso para el consumidor. El Gobierno de Canarias ha facilitado un documento de título *Guía de comercio electrónico para particulares y autónomos* (2016) en el que intenta explicar de forma simplificada que es el DUA y ofrece algunas instrucciones para poder realizar el despacho uno mismo sin necesidad de que medie Correos u otras agencias de transporte.

Es precisamente el desconocimiento sobre este procedimiento lo que lo convierte en problemático. Sobre este aspecto, Zamora y Salazar (2015) destacaban nuevamente:

En la venta y, posteriormente en la entrega de bienes tangibles no podemos atribuir a la aduana ser la principal causante de los inconvenientes burocráticos, puesto que dichos inconvenientes son causados además por los agentes intermediarios, entre los que destacan las agencias de aduanas y los operadores logísticos que, aprovechándose de la dificultad del trámite y la desinformación del usuario, prestan dicho servicio al consumidor provocando un costo mayor sobre el precio final del producto. García Zamora, David; Rolo Salazar, Polanski p. 29

Por tanto, es apreciable que, efectivamente, existe una desinformación entre los usuarios pese a los esfuerzos del Gobierno de Canarias. Las agencias de transporte, como se ha visto, no ayudan al respecto. Estas agencias cobran al receptor del envío el gasto de gestionar el DUA por ellos, pero nunca informan al usuario de la posibilidad de poder gestionar el DUA uno mismo.

Los trámites necesarios para poder gestionar uno mismo el DUA están explicados en la guía anteriormente mencionada del Gobierno de Canarias (2016). En resumen, existen dos formas de gestionar uno mismo el DUA, o bien por el modelo 040 o bien por el autodespacho.

Agencia Tributaria Canaria

Tramitación del procedimiento: Declaración Simplificada de Importación de Paquetes Postales (Mod. 040)

Los campos marcados con (*) son de obligada cumplimentación

Administración (*)

Sujeto pasivo

N.I.F. (*)

Apellidos y Nombre o Razón Social (*)

Sigla (*) Nombre vía pública (*)

Número (*) Escalera Piso Puerta

Teléfono Fax

Provincia (*) Municipio (*) Cód. Postal(*)

Datos de la Expedición

Referencia Procedencia (*) Número de bultos (*)

Descripción de la mercancía (*)

Liquidación

Posición estadística (*)

Clasificación de mercancías frecuentes y tipos impositivos

	Base Imponible	Tipo Impositivo	Cuota
I.G.I.C.	<input type="text" value="0,00"/>	<input type="text" value="Seleccione tipo"/>	<input type="text" value="0,00"/>
A.I.E.M.	<input type="text" value="0,00"/>	<input type="text" value="Seleccione tipo"/>	<input type="text" value="0,00"/>
Recargo Minorista (I.G.I.C.)	<input type="text" value="0,00"/>	<input type="text" value="Seleccione tipo"/>	<input type="text" value="0,00"/>
	<input type="text" value="0,00"/>	<input type="text" value="Seleccione tipo"/>	<input type="text" value="0,00"/>
TOTAL LIQUIDACIÓN			<input type="text" value="0,00"/>

Datos del representante

N.I.F.

Apellidos y Nombre o Razón Social

Sigla Nombre vía pública

Número Escalera Piso Puerta

Teléfono Fax

Provincia Municipio Cód. Postal

Título de la representación

Figura 4: Formulario web para rellenar el modelo 040 de importación de paquetes postales. Reproducido de Agencia Tributaria Canaria

Para el modelo 040, como se puede apreciar en la figura 4, se debe cumplimentar un formulario online con diversos datos, que luego podrá ser obtenido en formato pdf para ser impreso. Además, se deberá avisar previamente a la agencia de transportes que deseamos gestionar presencialmente el DUA para evitar que se la propia agencia de transportes la que realice este trámite. Una vez se tenga el documento impreso, este debe presentarse en alguna de las sedes u oficinas de la Agencia Tributaria Canaria, donde se otorgará la carta de pagos, el modelo 032, con el que el comprador deberá realizar el abono de los impuestos que correspondan al pedido. Una vez realizado el pago en una entidad bancaria, se deberá entregar ambos documentos, el 040 y el 032 junto con el justificante de pago a la agencia transportista para que esta proceda a la entrega del paquete.

El caso es que, pese a que nosotros realicemos todo este proceso para ahorrarnos el cobro de la gestión del DUA por parte del transportista, Correos en su web indica que si decidimos realizar este tipo de trámite se nos cobrará un importe de 4,41€ en calidad de factaje, o lo que es lo mismo, Correos no nos cobrará la gestión del DUA, pero nos cobrará la retención del paquete en su almacén durante el tiempo en que nosotros realizamos dicho trámite. Esto constata una vez más que, incluso aunque el comprador decida gestionar el mismo el DUA para ahorrarse el cobro de este proceso, la compañía de transporte pondrá igualmente un sobrecoste a la hora de cobrar por el almacenamiento y retención del paquete, por lo que parece que el sobrecoste final es inevitable.

El otro procedimiento para realizar uno mismo la gestión es el autodespacho y es similar al anterior, con la diferencia de que este se puede gestionar vía web a través de la VEXCAN, la ventanilla habilitada por la Agencia Tributaria Canaria para este tipo de operaciones. Se realiza de manera online y es necesario pedirle a la empresa transportista el número de referencia del envío. Una vez completado el formulario y el pago online, se obtendrá un justificante de pago y un documento acreditativo, el levante, que deberemos remitir al transportista para que este proceda a la entrega de la mercancía.

Como hemos visto, pese a los esfuerzos del gobierno por intentar simplificar el proceso de gestión del DUA y hacerlo accesible, sigue siendo algo desconocido por muchos de los usuarios y las empresas transportistas siguen intentando aprovecharse de la situación, si bien cobrando por la gestión del DUA sin avisar al usuario de que el mismo puede realizar este trámite, o bien cobrando en concepto de factaje otra cantidad de dinero si es el usuario el que decide asumir este trámite. Vemos pues que el DUA no solo retrasa la entrega final de la mercancía al tener que someterse a la aduana, si no que de una forma u otra supondrá un sobrecoste al usuario final.

Pasemos ahora a analizar las agencias de transporte, sus tarifas y su implicación en este proceso.

4.3. LAS AGENCIAS DE TRANSPORTE

En base a lo que hemos visto en el último apartado, podemos apreciar que uno de los principales beneficiados de la situación especial de Canarias son las agencias de transporte, pues son las que aplican el sobrecoste al usuario final por toda la tramitación de la aduana y el DUA.

En Canarias operan diversas empresas de transporte, pero analizaremos por relevancia las que aparecen en el documento del Gobierno Canario *Guía de comercio electrónico para particulares y autónomos* empezando por la más relevante, Correos

4.3.1. Correos

Correos es quizás la empresa más conocida de todas, pues es el servicio estatal de mensajería y paquetería. Su actividad comienza en 1716 y a día de hoy, según su portal web, cuentan con más de 50.000 empleados repartidos en 9.054 puntos de atención.

Para Canarias, las tarifas de correos se recogen en la siguiente tabla, con datos extraídos de su propia web:

Producto	Tarifa 2016 (€)	IGIC (€)	Precio Final 2016 (€)
Envíos con liquidación de tributos canarios REF	12,84	0,90	13,74
Envíos sin liquidación de tributos canarios	6,17	0,43	6,60
Cesión de Documentos	12,84	0,90	13,74
Factaje	4,41	0,31	4,72

Figura 5: Tabla de elaboración propia con los precios de la agencia de Correos de 2016. Fuente: <http://www.correos.es/>

Observamos que incluso el usuario se ve obligado a pagar una cantidad determinada de dinero si el envío está exento de tributos canarios. Debemos recordar que los envíos cuyo coste se encuentre por debajo de 22€ están exentos de tributación, aunque esto lo veremos más en detalle en el apartado de legislación canaria.

También es notable destacar el cobro del factaje, ya mencionado, y el cobro de la cesión documental. Es decir, existe la posibilidad de que Correos nos cobre la cesión de documentos necesaria para rellenar el DUA al mismo precio de lo que costaría que lo gestionasen ellos mismos.

Los plazos de entrega estimados son los anteriormente citados, de mínimo 8 días hábiles.

4.3.2. Seur

Seur, por su parte, se proclama como la primera compañía de transporte urgente en España cuya actividad comenzó en el año 1942. Cuenta con una plantilla de 6.300 trabajadores con alrededor de 1.200.000 clientes.

Seur no indica claramente en su web cuanto es el coste de la gestión aduanera por su parte ni cuáles son las tarifas vigentes actualmente. Tampoco se indica ningún documento donde se explique esta gestión aduanera.

Referente al plazo de entrega, la web de Seur indica que se debería recibir el paquete entre a los 2 o 3 días hábiles siguientes a su depósito en la oficina de envío, con un coste total de 38€ (excluyendo los gastos aduaneros).

4.3.3. MRW

El grupo MRW está en activo desde el año 1977 y según su página web gestiona una media de 40 millones de envíos anuales, contando con 1.300 franquicias y 61 plataformas logísticas.

MRW facilita un documento donde se nos especifican los costes de la gestión aduanera en las distintas regiones que lo requieren, además de indicar la documentación necesaria para aportar a la hora de gestionarlo. Aun así, la tabla de precios no está del todo clara.

CARGOS ADICIONALES

Trámite Gestión Aduanera

Gestión Documento Único Aduanero (DUA)

• Andorra	26,65 €
• Canarias	15,86 €
• Ceuta	16,50 €
• Gibraltar	20,00 €
• Melilla	14,84 €

Se aplicará a la entrada de Canarias, el DUA canario por valor de 16 € en concepto de despacho y tramitación, a los envíos de muestras de bajo valor superiores a 22 € (mercancía más fletes), así como a todos los altos valores.

Figura 6: Tabla de precios de los trámites de gestión aduanera de la empresa MRW. Reproducido de http://mrw.es/comuns/nacional/gestion_aduanera.pdf

Como podemos ver, el precio estándar para Canarias es de 15,86€, aunque más abajo se nos indica que se aplicará a la entrada de Canarias el DUA pro valor de 16€ en concepto de despacho y tramitación, por lo que no queda muy claro cuál es el precio real, si esos 15,86€ o que los 16€ son un gasto adicional a cubrir. El mismo documento indica también que estos cargos adicionales están sujetos a posibles variaciones aduaneras e invita al lector a consultar en la oficina más cercana, por lo que nuevamente nos encontramos con mayor desinformación.

Respecto a los tiempos de entrega, MRW indica que el transporte marítimo puede tardar entre 5 y 10 días hábiles, aunque no se indica el precio de este servicio.

4.3.4. DHL

DHL es una empresa alemana con múltiples ramificaciones por todo el mundo. En Canarias poseen dos oficinas, una ubicada en San Cristóbal de La Laguna, en Tenerife, y otra en Telde, en Gran Canaria.

En su página web tampoco se ofrece información sobre los trámites aduaneros ni sobre el sobrecoste que pueden suponer estos para el cliente. Hay una sección, pero con información muy generalizada y ambigua sobre los trámites aduaneros globales y los servicios que ofrece la propia empresa, lo cual es de entender teniendo en cuenta que es una compañía multinacional.

El coste de envío de un paquete de 1 kilo desde la España peninsular con destino Canarias es de 21€ con un tiempo de entrega de 2 días laborales, aunque luego se matiza en letra pequeña que el tiempo de tránsito es estimado y no garantizado. Asimismo, también se indica que dentro de ese precio no está incluido ni el posible pago de aduanas ni el pago por la gestión de las mismas.

4.3.5. UPS

UPS o United Parcel Service es otra empresa de transporte y mensajería internacional, con sede en Atlanta y un tráfico de 14 millones de paquetes diarios según su página web.

Tampoco se ofrece información específica por parte de UPS en lo que a las aduanas canarias respecta. Tan solo se ofrece información genérica, al igual que ocurre con DHL.

El coste de envío en UPS desde Madrid a Santa Cruz de Tenerife, según su web, sería de 63,22 € para un paquete de un kilo, con un tiempo de entrega estimado de 5 días.

4.3.6. Nacex

Nacex posee una red de franquicias en el territorio peninsular desde 1995, abarcando envíos de España, Andorra y Portugal. Según su web cuenta con una red de 3.000 colaboradores y 30 plataformas.

En su página web existe una sección donde explica brevemente los conceptos y trámites aduaneros. Además, se nos ofrece el precio por la gestión de este servicio para Canarias. En los envíos de 22€ a 150,25€, el coste de tramitación será de 18€ mientras que si el importe del pedido es superior a 150,25€ deberemos abonar 18€ adicionales en concepto de “DUA”, quedando un coste total de gestión de 36€.

		24 HORAS	48 HORAS
Península Canarias Ceuta y Melilla	BAG hasta 2 kg	20,03 €	18,17 €
	PACK hasta 2 kg	23,39 €	21,41 €
	PACK de 2 a 4 kg	39,07 €	35,05 €
	Fracción adicional (cada 2 kg)	18,61 €	11,37 €

Para envíos con destino a Canarias, Ceuta y Melilla la entrega de documentación en 24 horas.
La entrega de paquetería puede demorarse 24 horas más sobre el plazo previsto por cuestiones aduaneras.

Figura 7: Tabla de precios de envíos de paquetes con destino Canarias. Reproducido de https://www.nacex.es/files/tarifas/general_ES.pdf

En la figura 7 podemos observar la tabla de precios, que oscilan entre los 20 y 40€ para la modalidad de entrega en 24 horas, aunque se nos advierte que este periodo de entrega se puede retrasar debido a las cuestiones aduaneras.

En conclusión, podemos observar que la hipótesis planteada por Zamora y Salazar acerca de la desinformación es cierta. Ninguna compañía de transportes ofrece información detallada de cómo gestionar uno mismo la aduana y la mayoría de ellas ni siquiera informa en su página web del importe a pagar por la tramitación del DUA y la gestión del despacho de aduanas.

4.4. IMPACTO EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Haciendo uso del servicio de biblioteca universitaria de la ULL, podemos observar las noticias referentes al DUA publicadas durante el último año en los principales medios de comunicación canarios, destacando algunos casos de notable reseña.

Vemos que el diario *Canarias 7* traía en portada, a fecha de 9 de enero de 2015, “Canarias abarata el comercio por internet”, haciendo referencia a la noticia de que se suprimía el DUA de exportación en pequeñas compras, así como que el “papeleo” se podría realizar desde el origen. Seis días más tarde, el mismo diario sacaba la siguiente noticia: “La eliminación del Dua no mejora el comercio electrónico, Los precios, lejos de bajar, suben por el alza de las tarifas de Correos”. En esta noticia se hace alusión a que pese al intento del Gobierno de Canarias de rebajar los costes eliminando el DUA de exportación, esto no se traduce en una bajada real de precios. Por tanto, encontramos informaciones contradictorias, pues el titular de “Canarias abarata el comercio por internet” resultaba ser, al final, engañoso o equivocado.

En enero de 2016, el diario *El Día* publicaba la noticia referente a la iniciativa ciudadana para mejorar el ecommerce canario “Cerca de 22.000 firmas exigen la reducción de impuestos aduaneros”. En esta misma noticia, se hace referencia a “El sobre coste derivado de los impuestos aduaneros puede ser uno de los factores que explican la menor penetración del comercio electrónico en el Archipiélago” que hemos

analizado anteriormente. En ese mismo mes, también *El Día* publicó la información referente a la iniciativa del Gobierno Canario de incrementar la exención de DUA a los importes desde los 22€ actuales hasta los 150€. Lo hacía con el titular “Los gobiernos se proponen reducir las trabas del comercio electrónico” haciendo hincapié en que “en el caso de la importación, esta dispensa solo beneficia a las compras de menos de 22 euros, una cantidad que los gobiernos regional y central quieren elevar hasta los 150.”

El caso es que si avanzamos hasta agosto del 2016 nos encontramos con el siguiente titular, también del diario *El Día*: “Canarias confirma la exención del DUA para los envíos de poco valor. Una orden de Hacienda regula que las importaciones de menos de 22 euros no tienen que hacer el autodespacho aduanero, pese a que algunos operadores seguían cobrándolo.” Es decir, nos encontramos con que lo que se daba por hecho hace escasos ocho meses aún seguía siendo un problema para los compradores, pues pese a las órdenes del gobierno diversas empresas de transporte seguían cobrando el importe del DUA a estas compras que estaban exentas del mismo.

Volviendo al incremento de la exención desde los 22 hasta los 150 euros, vemos que *Canarias 7* titulaba, en febrero de 2016, la orden del gobierno canario de la siguiente forma: “Canarias amplía a 150 euros la exención aduanera por compras”, transmitiendo las propias palabras del ejecutivo canario de que la medida se empezaría a aplicar “en breve”. Sin embargo, en julio de ese mismo año, el mismo diario sacaba la noticia “Canarias y Madrid bloquean el pacto en comercio ‘online’” haciendo referencia a que la exención de 150 euros, pese a haber sido anunciada, no podía aplicarse por la falta de un ejecutivo nacional. Nos encontramos nuevamente con una información contradictoria para el lector, que lee primero la afirmación de que Canarias eliminará las trabas aduaneras para luego darse cuenta de que dicha medida aún no se había comenzado a aplicar.

Por tanto, vemos como los medios de comunicación, quizás movidos por la falta de agilidad del gobierno canario, contribuyen a generar confusión y desinformación en los lectores, pues se dan por ciertas y válidas algunas afirmaciones que, en la práctica, son erróneas, como hemos visto en las informaciones de la exención del DUA tanto para los pedidos menores de 22 euros como la ampliación de esta cifra a 150 euros.

Estos titulares, que parten de promesas del gobierno y no de la situación real del comercio, contribuyen a la desinformación y confusión a la que inducen las empresas de transporte al ocultar sus tarifas o directamente no informar de la posibilidad de realizar el autodespacho.

5. METODOLOGÍA OBJETIVOS E HIPÓTESIS

Hemos visto hasta ahora un breve repaso sobre la situación del comercio electrónico en el mundo y en Canarias, pasando por los problemas que afronta este tipo de comercio, la situación del mismo en España, así como las particularidades de Canarias como región lejana y con un tipo de impuesto distinto, por lo que se añaden barreras adicionales como el DUA o el IGIC.

Es importante pues contrastar ahora toda esta información y buscar una línea de investigación que nos sirva para establecer unos objetivos y unas hipótesis que, en última instancia y tras el análisis, veremos si resultan factibles o no.

Procedamos sin mayor demora a plantear los objetivos de este trabajo.

5.1.OBJETIVOS

Al principio, en la introducción, hicimos un breve esbozo de cuál iba a ser nuestro objetivo en este trabajo. La intención es la de ofrecer un recopilatorio de información sobre el comercio electrónico canario, con datos, gráficas y referencias múltiples, así como aclarar algunos términos desconocidos para la población como puede ser el IGIC, el AIEM o el DUA. Además, se tratará de resolver el dilema que supone la problemática aduanera e intentaremos analizar las posibles soluciones que aportan distintos colectivos sociales.

Es importante para la ciudadanía que los medios de comunicación informen a los ciudadanos sobre estas cuestiones, pues la mayoría desconoce el origen de los sobrecostes a la hora de realizar pedidos a través de internet. Por ello, nuestro objetivo y planteamiento en este trabajo no será solo el de analizar, sino también el de informar y contrastar, tratando de crear un documento que recopile toda la información necesaria para entender el comercio electrónico en las islas

5.2. HIPOTESIS

Para plantear las hipótesis, se podría recurrir a las preguntas realizadas en la introducción y que servirán de línea argumental para elaborar posteriormente el análisis y valoración de resultados.

H1: Los canarios tienen mayores problemas para comprar por internet

H2: Las aduanas suponen un problema para el comercio electrónico de las islas

H3: Las empresas de transporte y logística se benefician de esta situación

Para contrastar estas tres hipótesis planteadas, hemos expuesto ya gran parte del grueso de la información al respecto en forma de datos, encuestas y gráficas. Hemos

podido ver primero las diferencias entre el comercio electrónico peninsular y el de las islas, así como hemos analizado posteriormente a la aduana, el DUA y finalmente las empresas de transporte, pero es necesario realizar un último análisis de la situación para poder realizar el análisis final.

Finalmente se analizará la raíz del problema en el siguiente apartado, que no es otra que la diferencia entre la legislación canaria y la realidad canaria.

Se tratará de abarcar diversos campos, desde las noticias que se ven en medios de comunicación sobre el DUA, a como esta información luego se diluye en el tiempo y deja de estar presente en los periódicos y diarios canarios. Asimismo, también podremos ver los intentos del gobierno canario por crear leyes que fomenten el comercio electrónico en Canarias junto a las principales reclamaciones ciudadanas al respecto.

6. ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN Y RESULTADOS

En este último apartado vamos a intentar desglosar la información obtenida hasta ahora y aplicarla a los dos ámbitos de análisis, el legislativo y la realidad canaria.

Empezaremos por el ámbito legislativo, haciendo especial hincapié en las diferentes noticias aparecidas en medios de comunicación, viendo el correspondiente texto del BOC y haciendo el análisis correspondiente.

6.1. LEGISLACIÓN CANARIA

Empecemos analizando el AIEM, un impuesto que puede generar controversia pues puede considerarse abusivo al ser de carácter arancelario. El Impuesto del AIEM se encuentra en la ley 4/2014 y comienza reconociendo las condiciones limitadoras de Canarias mencionadas anteriormente en este trabajo:

Conocidas son tales circunstancias: el aislamiento insular como factor que obstaculiza la libre circulación de personas, bienes y servicios; el aumento de los costes de producción a causa de la dependencia respecto a las materias primas y la energía; la obligación de constituir existencias y la dificultad de suministro de equipos de producción; la reducida dimensión del mercado y el escaso desarrollo de la actividad exportadora; la fragmentación geográfica del archipiélago y la obligación de mantener unas líneas de producción diversificadas, aunque limitadas en su volumen, para responder a las necesidades de un mercado de escasa dimensión, limitan las posibilidades de realizar economías de escalas; etcétera. Estas circunstancias son las que desde siempre han constituido el fundamento del Régimen Económico y Fiscal de Canarias, reconocido por la disposición adicional tercera de la Constitución. Canarias 2014 p.1

En este párrafo vemos destacada el “aislamiento insular” y la “fragmentación geográfica del archipiélago” como los elementos que marcan la pauta del desarrollo del mercado canario. Esto es, en resumen, que en Canarias es mucho más complicado crear una red de empresas sólida debido a la dificultad a la hora de generar unas infraestructuras y una logística consistente entre todas las islas, debido precisamente a “las limitaciones en volumen y la necesidad de un mercado de escasa dimensión”. En este contexto se crea el AIEM para proteger, precisamente, el comercio de las islas, que frente al comercio exterior tiene muchas limitaciones y sería poco competente. El BOC lo define de la siguiente forma:

Se trata de un impuesto estatal monofásico que grava las entregas de bienes producidos en las Islas Canarias efectuadas por los productores de tales bienes, así como las importaciones de bienes similares que pertenezcan a la misma categoría definida por referencia a la nomenclatura del arancel aduanero común. Canarias 2014 p.1

Confirmamos entonces que el AIEM no solo grava los productos importados desde fuera, sino también la “entrega de bienes producidos en las Islas Canarias efectuadas por los productores de tales bienes” a través de las exenciones al mercado interior, como se

nos aclara en el siguiente párrafo: “Como hemos señalado, para que el AIEM cumpla la función que se le asigna en el sistema tributario canario, es necesario que se establezcan exenciones en operaciones interiores, aplicables a determinados productos fabricados en las islas Canarias” (p. 3)

Estos productos se recogen en sendos anexos, el primero conteniendo los productos a los que se les aplica el impuesto, como el café, el ketchup o la cerveza de malta, que son producidos en Canarias por empresas como Caracol, Libby’s o Dorada, respectivamente. Asimismo, algunos de los productos exentos de este impuesto son los tubos de aluminio, las papas fritas tipo chips o los manteles y servilletas de papel. En el propio BOC se recoge que estos productos no pueden beneficiarse del AIEM debido a que “no existe actualmente un volumen de producción local significativo y no hay expectativas de que exista” (p. 2)

ANEXO I		
P. Estadística	Descripción	Tipo
Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca		
0203.11	En canales o medias canales (porcino fresco o refrigerado).	10
0203.12	Piernas, paletas y sus trozos sin deshuesar (porcino fresco o refrigerado).	10
0203.19	Las demás (porcino fresco o refrigerado).	10
0207.11	Sin trocear, frescos o refrigerados (gallo o gallina).	5
0207.13	Trozos y despojos, frescos o refrigerados (gallo o gallina).	5
0407.21.00.00	Los demás huevos frescos de gallina de la especie <i>Gallus domesticus</i>	15
0407.29.10.00	Los demás huevos frescos de aves de corral, distintos de los de las aves de la especie <i>Gallus domesticus</i>	15
0407.90.10.00	Los demás huevos conservados o cocidos, con cascarón, de aves de corral	15
0701.90	Patatas frescas o refrigeradas, excepto para siembra.	10
0703	Cebollas; chalotes; ajos; puerros y demás hortalizas aliáceas; frescos o refrigerados. Solamente gravadas las cebollas	10
Minas y canteras		
2516.90.00.00	Las demás piedras de talla o de construcción. Solamente gravadas las piedras basáltica, fonolita, ignimbrita y traquita.	5
6801	Adoquines, encintado (bordillos) y losas para pavimentos, de piedra natural (excepto la pizarra). Solamente gravadas las piedras basáltica, fonolita, ignimbrita y traquita.	5
6802	Piedras de talla o de construcción trabajadas (excluida la pizarra) y sus manufacturas (excepto de la partida 6801); cubos, dados y artículos similares para mosaicos, de piedra natural, incluida la pizarra, aunque estén sobre soporte; gránulos, tasquiles (fragmentos) y polvo de piedra natural, incluida la pizarra, coloreados artificialmente. Solamente gravadas las piedras basáltica, fonolita, ignimbrita y traquita.	5
Materiales de construcción		
2523.29.00.00	Cementos hidráulicos, cemento portland que no sea blanco,	5
2523.90	Los demás cementos hidráulicos que no sean clinker, portland o aluminosos	5
3816	Cementos; morteros; hormigones y preparaciones similares; refractarios; excepto los productos de la partida 3801.	5
3824.40.00.00	Aditivos preparados para cementos, morteros u hormigones.	5
3824.50	Morteros y hormigones no refractarios.	5
3824.90.45.00	Preparaciones desincrustantes y similares.	5
3824.90.70.00	Preparaciones ignífugas, hidrófugas y otras utilizadas para la protección de construcciones.	5
3824.90.97.99	Los demás. Solamente gravados los convertidores, neutralizadores y transformadores del óxido	5
6809	Manufacturas de yeso o de preparaciones a base de yeso fraguable.	5
7010	Bombonas, botellas, frascos, tarros, potes, envases tubulares, ampollas y demás recipientes para el transporte o envasado; de vidrio; tarros de vidrio para conservas; tapones; tapas y demás dispositivos de cierre de vidrio. Excepto los destinados a uso sanitario.	15

Figura 8: Ejemplo del anexo 1 donde se citan algunos de los productos sujetos al AIEM, junto con el tipo de gravamen impuesto. Reproducido de Boletín Oficial de Canarias (26 de junio de 2014) p. 10

ANEXO II	
P. Estadística	Descripción
Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca	
0203.11	En canales o medias canales (porcino fresco o refrigerado).
0203.12	Piemas, paletas y sus trozos sin deshuesar (porcino fresco o refrigerado).
0203.19	Las demás (porcino fresco o refrigerado).
0207.11	Sin trocear, frescos o refrigerados (gallo o gallina).
0207.13	Trozos y despojos, frescos o refrigerados (gallo o gallina).
0407.21.00.00	Los demás huevos frescos de gallina de la especie <i>Gallus domesticus</i>
0407.29.10.00	Los demás huevos frescos de aves de corral, distintos de los de las aves de la especie <i>Gallus domesticus</i>
0407.90.10.00	Los demás huevos conservados o cocidos, con cascarrón, de aves de corral
0701.90	Patatas frescas o refrigeradas, excepto para siembra.
0703	Cebollas; chalotes; ajos; puerros y demás hortalizas aliáceas; frescos o refrigerados. Solamente gravadas las cebollas
Minas y canteras	
2516.90.00.00	Las demás piedras de talla o de construcción. Solamente gravadas las piedras basáltica, fonolita, ignimbrita y traquita.
6801	Adoquines, encintado (bordillos) y losas para pavimentos, de piedra natural (excepto la pizarra). Solamente gravadas las piedras basáltica, fonolita, ignimbrita y traquita.
6802	Piedras de talla o de construcción trabajadas (excluida la pizarra) y sus manufacturas (excepto de la partida 6801); cubos, dados y artículos similares para mosaicos, de piedra natural, incluida la pizarra, aunque estén sobre soporte; gránulos, tasquiles (fragmentos) y polvo de piedra natural, incluida la pizarra, coloreados artificialmente. Solamente gravadas las piedras basáltica, fonolita, ignimbrita y traquita.
Materiales de construcción	
2523.29.00.00	Cementos hidráulicos, cemento portland que no sea blanco,
2523.90	Los demás cementos hidráulicos que no sean clinker, portland o aluminosos
3816	Cementos; morteros; hormigones y preparaciones similares; refractarios; excepto los productos de la partida 3801.
3824.40.00.00	Aditivos preparados para cementos, morteros u hormigones.
3824.50	Morteros y hormigones no refractarios.
3824.90.45.00	Preparaciones desincrustantes y similares.
3824.90.70.00	Preparaciones ignífugas, hidrófugas y otras utilizadas para la protección de construcciones.
3824.90.97.99	Los demás. Solamente gravados los convertidores, neutralizadores y transformadores del óxido
6809	Manufacturas de yeso o de preparaciones a base de yeso fraguable.
7010	Bombonas, botellas, frascos, tarros, potes, envases tubulares, ampollas y demás recipientes para el transporte o envasado; de vidrio; tarros de vidrio para conservas; tapones; tapas y demás dispositivos de cierre de vidrio. Excepto los destinados a uso sanitario.
Química	
2804.30.00.00	Nitrógeno.
2804.40.00.00	Oxígeno.
3105.20.90.00	Los demás, abonos minerales o químicos con los tres elementos fertilizantes: nitrógeno, fósforo y potasio. Solamente gravados los productos a base de algas.
3208	Pinturas y barnices a base de polímeros sintéticos o naturales modificados; dispersos o disueltos en un medio no acuoso; disoluciones definidas en la nota 4 del capítulo. Excepto las utilizadas en el sector de automoción para la reparación y pintado de la carrocería del vehículo.
3209	Pinturas y barnices a base de polímeros sintéticos o naturales modificados; dispersos o disueltos en un medio acuoso. Excepto las utilizadas en el sector de automoción para la reparación y pintado de la carrocería del vehículo.
3210	Las demás pinturas y barnices; pigmentos al agua preparados del tipo de los utilizados para el acabado del cuero. Excepto las utilizadas en el sector de automoción para la reparación y pintado de la carrocería del vehículo.
3212.90.00.00	Las demás. Solamente gravados los tintes y demás materiales colorantes en formas o envases para la venta al por menor
3213	Colores para pintura artística; la enseñanza; la pintura de carteles, para matizar o para entretenimiento y colores similares; en pastillas; tubos; botes; frascos o en formas o envases similares.

Figura 9: Ejemplo del anexo 2 donde se recogen los productos exentos de AIEM y, por tanto, protegidos por este impuesto. Reproducido de Boletín Oficial de Canarias (26 de junio de 2014) p. 13

Por tanto, en resumidas cuentas, nos encontramos con que el AIEM legislativamente pretende proteger aquellos productos que tengan una producción considerable o tengan vistas a tener un volumen de producción local significativo.

Pasemos a analizar ahora otro de los caballos de batalla del comercio electrónico canario, el DUA, veamos que se dice legislativamente del mismo.

La orden más reciente referente al DUA la encontramos en el BOC del 29 de julio de 2016 en el que se aclara, además, que la importación de bienes a Canarias está sujeta a los impuestos anteriormente descritos:

La importación de bienes, con independencia del fin a que se destinen o la condición del importador, está sujeta al Impuesto General Indirecto Canario (en adelante, IGIC) [...] y, en su caso, al Arbitrio sobre Importaciones y Entregas de Mercancías en las Islas Canarias (en adelante, AIEM), de acuerdo con lo dispuesto en el artículo 67.1 de la citada Ley 20/1991. Canarias 2016 p.1

Sobre el DUA, se expone lo siguiente:

Conforme al artículo 84.1, los bienes que lleguen al territorio de las Islas Canarias desde otras partes del territorio nacional o desde el extranjero, quedan sometidos a la vigilancia y control de la Administración Tributaria Canaria (entiéndase, Agencia Tributaria Canaria). Esta vigilancia y control se ejercerá incluso en los puertos y aeropuertos del Archipiélago, hasta tanto se autorice el levante de los bienes, en coordinación con la Agencia Estatal de Administración Tributaria.

De acuerdo con el artículo 88.1, cualquier bien que se introduzca en las Islas Canarias deberá ser objeto de una declaración de importación relativa a los tributos derivados del Régimen Económico y Fiscal de Canarias. Dicha declaración es el Documento Único Administrativo (DUA). Canarias 2016 p.1

Por lo tanto aquí no se nos dice nada nuevo, simplemente observamos que el DUA es de obligado cumplimiento para todos los bienes que lleguen a Canarias desde el extranjero e incluso otras partes del territorio nacional, lo interesante viene a continuación, cuando se enuncia la exención del DUA:

Razones de eficacia e interés público demandan que la exoneración en la presentación de declaración escrita a través de DUA se extienda a todas las declaraciones amparadas por la exención de bajo valor, que actualmente incluye aquellas cuyo valor no supera los 22 euros, así como a los pequeños envíos sin contraprestación enviados de particular a particular a los que se refiere el artículo 14.3.28º de la Ley 20/1991. Canarias 2016 p.2

Por lo tanto, podemos apreciar que al menos existe un cierto interés del gobierno por suprimir el DUA a las declaraciones denominadas de “bajo valor” que son aquellas que no superan los 22€ de importe del producto. Recientemente también ha sido portada de periódicos ciertas informaciones que apuntaban a la ampliación de esta exención desde los 22€ hasta los 150€. Pongamos de ejemplo el periódico *Canarias 7*, que titulaba en febrero de 2016 “Canarias elimina los trámites aduaneros en compras online inferiores a 150 euros”. En referencia a la actual consejera de Hacienda del Gobierno de Canarias, Rosa Dávila, se decía “La consejera considera que esto se debe a que la cumplimentación del DUA es un trámite que continúa siendo engorroso, por lo que muchos particulares se ven obligados a delegar su gestión en un intermediario.” (párrafo 7)

Es decir, como ya habíamos planteado, el ejecutivo canario es consciente de los problemas que supone el DUA para el comercio electrónico isleño. Aun así, pese a que la noticia fue portada de muchos periódicos en aquel momento y parecía que iba a

alcanzarse un acuerdo para eliminar el DUA en las importaciones cuyo valor no excediese los 150€, cuatro meses después *Canarias 7* sacaba la siguiente noticia: “Canarias y Madrid bloquean el pacto en comercio ‘online’” en la que se acusaba a la falta de un gobierno central el hecho de no haber realizado ningún avance al respecto.

Y es que, al menos legislativamente, se han realizado intentos por remediar o paliar esta situación. Esto es palpable en el BOC del 25 de mayo de 2016 donde finalmente se hacía pública la supresión de la obligación de presentar el DUA para las importaciones de escaso valor que, recordemos, actualmente son las que no superen los 22€ de importe:

En aplicación de lo dispuesto en el artículo 24.1.c) de la Ley 50/1997, de 27 de noviembre, del Gobierno, se somete a información pública el proyecto de Orden por la que se suprime la obligación de presentar el Documento Único Administrativo (DUA) para la declaración de los tributos a la importación exigibles en los envíos de escaso valor. Canarias 2016 p.1

Pero, pese a estos intentos del gobierno, observamos que la realidad es bien distinta. Pasemos a analizar este razonamiento en el siguiente apartado, la realidad canaria, donde compararemos esta legislación con los problemas que sufre el usuario de comercio electrónico en las islas.

6.2.REALIDAD CANARIA

Como se ha visto en anteriores apartados, son muchos los problemas que sufre el canario que decide comprar algún tipo de producto por internet: Retrasos en el pedido, falta de información por parte de los transportistas, sobrecostes inesperados a la hora de recibir la mercancía...

A todo ello hay que sumarle también que, pese a que uno decida realizar los trámites aduaneros por su cuenta, se encontrará que las agencias de transporte ponen trabas o cobran determinadas tasas distintas si el consumidor emprende este camino, por lo que al final no resulta satisfactoria tampoco la experiencia de realizar uno mismo toda la gestión burocrática referida al DUA.

Primera hipótesis

Debido a todo esto es de esperar que el comercio electrónico en las islas este muy por debajo del nivel español y europeo y no crezca al mismo ritmo que estos, como evidencia la siguiente gráfica:

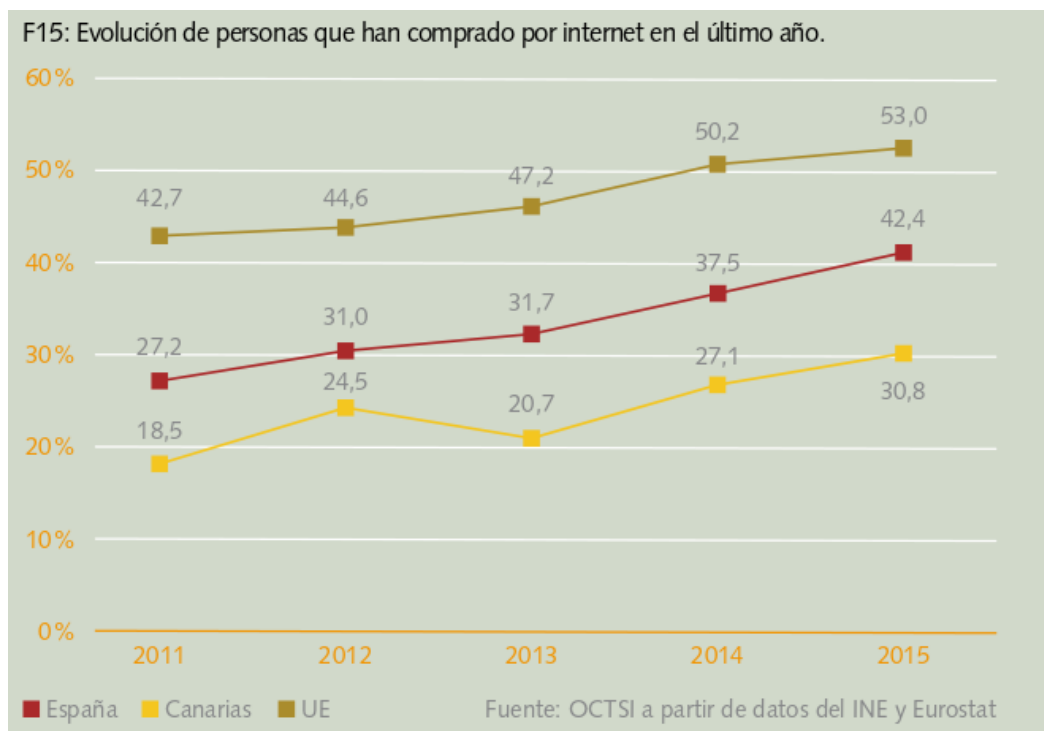


Figura 10: Evolución de personas que han comprado por internet en el último año. Reproducido de *Informe sobre el comercio electrónico en Canarias 2014 (Edición 2015)*

Se observa en la figura 10 que existe una diferencia, en el año 2015, de casi 12 puntos porcentuales respecto a la media española y unos 23 puntos respecto a la media europea. El crecimiento, pese a ser similar no termina de despegar, sufriendo una caída considerable de casi 4 puntos en el periodo 2012-2013.

Por tanto, en base a estos últimos datos y los que hemos ido recopilando durante el desarrollo de este trabajo, podemos afirmar que la primera hipótesis es correcta y que los canarios tienen mayores dificultades a la hora de comprar por internet que el resto del territorio nacional.

Las razones para ello, principalmente, son las expuestas anteriormente: Lejanía que provoca retrasos en las entregas, aduanas y gestión que aumentan sustancialmente el coste final del producto y finalmente incapacidad del gobierno regional para remediar esta situación, cuyos esfuerzos son inefectivos a la hora de realizar esta tarea.

Por ende, Canarias sigue siendo una región poco atractiva para el comercio electrónico, pese a que depende en gran medida del comercio exterior. No se entiende que una región que depende tanto de la importación no facilite aún más el comercio por internet y le exponga trabas tales como el AIEM, las aduanas o el propio DUA, que realmente lo único que hacen es realentizar a Canarias como una posible potencia y nexo de comercio entre Estados Unidos y Europa

En la iniciativa ciudadana “No más abusos a los canarios en compras online” iniciada en la web change.org se recoge un informe dirigido a la consejera de Hacienda del gobierno canario Rosa Dávila donde se exponen también diversos problemas que

sufre el comprador canario, generalmente relacionados con la aduana, por lo que pasemos a analizar la segunda hipótesis.

Segunda hipótesis

En la segunda hipótesis planteábamos si la aduana suponía un escollo para los canarios a la hora de realizar compras online.

En base a lo visto hasta ahora, podemos afirmar que efectivamente según lo recogido en el punto 4.2 de este trabajo, la aduana canaria es uno de los principales inconvenientes del comercio electrónico en las islas. Para contrastar esta información, añadiremos los motivos y soluciones que ofrece el informe *Problemas y Propuestas de soluciones que encarece y dificulta las compras online desde Canarias* (s.d):

Soluciones a los problemas del autodespacho presencial en la Agencia Tributaria Canaria y mejorar el acceso a todos los canarios.

-Que el autodespacho sea un derecho de los canarios y no un privilegio que se nos otorga por parte de los transportistas.

-Mejorar el autodespacho con la Agencia Tributaria Canaria con algún procedimiento online por Internet y/o a través de correo electrónico como sucede con algunos operadores transitorios o aduaneros con los envíos de Correos, los cuales envían factura, aviso de entrega de correos y DNI por email y tras hacer la declaración telemática por su sistema recibe de la ATC el levante y el acceso al 032 para liquidarlo en el VEXCAN. De esa forma liberaría a la oficina de atención tributaria de parte de la demanda de esta gestión, que en algunos casos requiere hasta tres horas para hacer un despacho por la cantidad de personas que realizan trámites con el Gobierno de Canarias en dichas oficinas. Además, permitirá a la gran mayoría de los canarios que no se pueden desplazar por lejanía o coste del traslado a hacer uso de ese derecho del autodespacho en la ATC.

-Que se permita hacer al autodespacho en la ATC con todos los transportistas para los despachos de introducción "Procedente de la UE o intracomunitarios " y no sólo los de Correos como sucede ahora, con igual procedimiento y que se obligue a todos los transportistas a aceptarlo, ya que ahora no lo aceptan la mayoría.

Como se aprecia en este informe ciudadano, el autodespacho continúa siendo uno de los grandes problemas a la hora de gestionar el DUA, pues algunas agencias de transporte siguen poniendo impedimentos para poder realizar dicho trámite.

El trámite del Autodespacho Online en la Agencia Tributaria AEAT, la gestión es poco ágil y muy compleja de realizar desde el momento en que se gestiona el pago o se pasa a inspección de la ATC o de Aduanas.

-Que se requiera a la Agencia Tributaria Española AEAT, las mejoras de dicha gestión con el fin de hacer más accesible a todo el espectro de la sociedad dicho trámite.

Entrega del modelo 040 de despacho ATC, y solicitud de datos para el Autodespacho con Correos.

-Que se hagan las gestiones pertinentes con Correos para que se pueda entregar el despacho modelo 040 realizado en la ATC o solicitar la sumaria y partida sin tener que esperar a que el repartidor realice la entrega del paquete.

Explicación: Las compras online se suelen demorar entre 3 y 8 días en las instalaciones de la Cabecera Aduanera (CTA) de Correos, tiempo que tardan en hacer el presupuesto del DUA e IGIC/AIEM. Para que la entrega del paquete no sufra esta demora innecesaria, creemos que sería exigible que Correos aceptase el despacho modelo 040 emitido por la ATC y que nos proporcionará la sumaria y partida tan pronto como el vendedor facilite el código de seguimiento y se compruebe que ha pasado el control de aduanas estatal en Madrid / Barajas. Actualmente Correos informa desde CTA que no acepta dicho despacho o solicitud de sumaria y partida hasta que el repartidor se presente en el domicilio del interesado con la intención de cobrar por el DUA además del IGIC / AIEM, lo que conlleva que se pierdan entre 4 y 10 días más en la entrega del paquete en caso de querer realizar el autodespacho

Como observamos en este otro extracto, el trámite online del autodespacho mencionado anteriormente en este trabajo resulta complejo para el ciudadano de a pie, que debe conocer ciertos aspectos técnicos sobre el proceso que requieren un entendimiento más elevado sobre el DUA. Además, se insta en el segundo punto a impulsar a Correos para que colabore en la cesión de datos para esta propia autogestión, ya que actualmente esto conlleva a retrasos innecesarios en el proceso de entrega del paquete.

Pero el problema de la aduana no solo repercute en el comprador, sino también en la empresa. Esto es apreciable en la encuesta realizada por Zamora y Salazar (2015) en *Análisis del comercio electrónico y su evolución en Canarias*:

Encuesta realizada a empresas domiciliadas fuera de Canarias y que realizan ventas online.		
Total de empresas encuestadas.	30	
1- ¿ Realiza su empresa envíos a Canarias?		
Sí	4	13,33%
No	26	86,67%
2- ¿Cuáles son los principales motivos por los que no realiza envíos a Canarias?		
Por los inconvenientes de la aduana canaria.	18	60,00%
Por el riesgo de devolución del producto.	8	26,67%

Figura 11: Encuesta realizada a empresas domiciliadas fuera de Canarias y que realizan ventas online. Reproducido de García Zamora, David; Rolo Salazar, Polanski (2015)

Pese a que la muestra es pequeña, es preocupante que de 30 empresas encuestadas solo 4 de ellas realicen envíos a Canarias. Más preocupante es aún que 18 de ellas admitan que el principal motivo para no enviar a Canarias es la aduana regional y sus inconvenientes.

Por tanto y en base a lo anteriormente expuesto, así como lo ya analizado en el punto 4.2 de este mismo trabajo, podemos afirmar nuevamente que la hipótesis dos es correcta y que la aduana, pese a no ser la única culpable de todo, si es cierto que supone uno de los principales escollos para el proceso de compra online.

Tercera hipótesis

Por último, queda contrastar también la hipótesis H3, en la que enunciábamos que las empresas de transporte y logística se benefician de esta situación de desinformación respecto al consumidor final.

Sobre ello, también cabe destacar algunos problemas que se resaltan en el informe ciudadano *Problemas y Propuestas de soluciones que encarece y dificulta las compras online desde Canarias*:

Como es conocido por todos, los transportistas están tramitando el DUA y cobrando IGIC/AIEM aun cuando el valor del bien o mercancía es igual o inferior a 22€, e incluso desde la Agencia Tributaria Canaria se realiza esta práctica en el autodespacho.

-Entendemos que cuando el valor del bien o mercancía del envío no supere los 22€ está exento de DUA u otro trámite de introducción o importación, así como de IGIC y AIEM. Entendemos también que al importe del bien o mercancía del envío, a los efectos de obtener el valor exento, no se le deben añadir los gastos inherentes al transporte como gastos de envío, manipulación, trámites de DUA, etc. Solicitamos que desde la Consejería se aclare y se emita una orden o aclaratoria vinculante sobre el art. 14.11 de la Ley 20/91 dado que algunos transportistas, principalmente Correos, entiende que al importe del bien también se debe añadir los servicios anexos al envío para obtener el importe base (22€) y poder establecer si está exento o no. También porque algunos transportistas dicen que dicha ley y artículo no les impide hacer el trámite del DUA y por consiguiente cobrar el IGIC/AIEM por ser una venta online.

Por suerte, referente a este punto ya hemos visto que el gobierno canario ha mediado y, mediante la *Orden de 29 de julio de 2016, por la que se suprime la obligación de presentar el Documento Único Administrativo (DUA), para la declaración de los tributos a la importación exigibles en los envíos de escaso valor* las empresas transportistas ya no pueden cobrar dicha tarifa ya que oficialmente está declarada como exenta de DUA.

Aún así, ese no es el único punto de controversia:

Como es sabido la mayoría de los transportistas impiden o entorpecen la posibilidad de realizar el autodespacho bien exigiendo cantidades desmesuradas por entregar la sumaria y partida o simplemente poniendo todo tipo de excusas para no permitirlo.

-Que se obligue a todos los transportistas a registrar los envíos, como indica la norma, para así poder obtener el código de Sumaria y Partida a través de la gestión del Conocimiento Aéreo de la AEAT u otro medio de la administración, con el código de seguimiento que nos suministra el vendedor. En la actualidad es imposible obtener el código sumaria debido a que los transportistas, saltándose las normas, no registran el envío a la entrada en España o Canarias. De esta forma los destinatarios no pueden tomar la iniciativa y hacerse el autodespacho online en la AEAT o en la ATC pudiendo el transportista exigir elevadas cantidades por la sesión documental, factaje o almacenaje si se solicita dicha información. Esta práctica descrita es muy común con algunos transportistas. Y por supuesto que no se nos pueda exigir cantidad alguna por obtener dicho dato y hacer el autodespacho.

-Que sea obligatorio que, en el seguimiento del transportista, se deba informar del nuevo código de seguimiento que se le hubiese asignado al envío dentro de España. Muchos transportistas otorgan otro código a los efectos de la sumaria o porque provienen de grupajes y son estos códigos los que se usan para registrar en la AEAT a los efectos de obtener la sumaria y partida.

-Impedir que el transportista pueda realizar el despacho si no se registra en la administración el envío a los efectos de obtener la sumaria o sin autorización expresa del destinatario.

Como hemos podido comprobar en el desarrollo de este trabajo, los puntos que denuncia el informe son ciertos. En el caso de Correos, la cesión documental cuesta lo mismo que la gestión del DUA por su parte, 13,74€, lo que supone un sobrecoste desorbitado que desanima al comprador a gestionar el mismo el DUA.

Por otro lado, si es el comprador el que aporta los documentos y realiza el despacho de manera online a través de la VEXCAN, Correos seguirá cobrando igualmente en concepto de factaje la tarifa de 4,72€ por almacenamiento del paquete, por lo que es otra barrera más que desanima al consumidor al realizar el despacho ya que, además de invertir el tiempo necesario en rellenar los documentos y acreditar su pago, deberá seguir abonando a Correos esa cantidad de dinero.

A esto hay que sumarle la escasa información que proporcionan el resto de agencias de transporte al respecto, que no informan en sus webs ni de las tarifas por gestión aduanera ni de los procesos para gestionar uno mismo dicho trámite. En otras empresas como MRW o Nacex hemos comprobado que el cobro por la gestión del despacho aduanero puede llegar a costar alrededor de 30€, algo que en algunos casos podría suponer incluso más del valor del producto en sí, un auténtico despropósito por el que podemos entender porque el comercio electrónico se ha visto estancado en la última década en Canarias, muy por debajo de medias nacionales y europeas.

Por todo ello, podemos concluir también que la hipótesis 3 es correcta, ya que las agencias de transporte ponen impedimentos a la hora de realizar el autodespacho, así como contribuyen a la desinformación del ciudadano a la hora de no proporcionar datos ni tarifas respecto a la gestión de estos documentos. Al no estar tampoco regulado el cobro por la gestión del DUA, podemos ver precios tan dispares desde los de Correos de 13,74€ hasta los de MRW o Nacex como ya hemos comentado, alrededor de 30€.

En definitiva, vemos que el comercio electrónico en Canarias es un cúmulo de barreras, burocracia y sobrecostes que desalientan no solo a los particulares, si no a las propias empresas para vender en las islas.

7. CONCLUSIONES

El comercio electrónico es quizás la mayor representación de la globalización que tenemos actualmente. Se puede comprar casi cualquier tipo de producto desde cualquier parte del mundo desde la comodidad que supone estar en casa, frente a un ordenador con conexión a internet.

En este contexto es de esperar que este tipo de comercio haya sufrido una vorágine en los últimos años gracias a la ebullición de multitud de comercios online, así como la mayor accesibilidad a internet y a dispositivos móviles con capacidad de conexión a la red. En Europa, este cambio lo ha liderado Inglaterra, consumidor más activo de productos y servicios a través de internet de todo el viejo continente.

Por lo que respecta a España, es el país de la zona sur de Europa con mayor volumen de negocio en este respecto. Este sector, aunque aún algo alejado de las medias europeas, experimenta un avance positivo en nuestro país y tiende a equipararse a dichas medias, con un crecimiento exponencialmente positivo. Como hemos podido comprobar, casi un 75% de los españoles usa internet a diario y más de catorce millones de personas han comprado algún tipo de producto por internet en nuestro país.

Sin embargo, encontramos que Canarias es un caso aislado dentro de la nación española. Su lejanía respecto al territorio peninsular, así como su sistema de tributación especial y la existencia de aduanas, que obligan pues a tramitar el DUA, hacen que esta región este muy atrasada respecto al resto de comunidades autónomas en materia de comercio electrónico.

Tanto es así que Canarias posee unas medias muy bajas de uso del comercio electrónico respecto a las medias europeas y nacionales. El gobierno canario tampoco ayuda en el proceso, pues pese a las promesas de simplificar el proceso de tramitación aduanero, así como las múltiples noticias salidas en medios de comunicación respecto a rebajar las exigencias del DUA, la realidad es que los avances se realizan de forma muy pausada y son apenas perceptibles en el proceso final. Algo que se daba ya por hecho, como es la exención del DUA a las importaciones de valor menor a 22 euros ha costado meses que se implantase con efectividad y que las empresas de transporte acataran dichas leyes.

A esta dificultad de la aparente inacción o falta de medios del gobierno canario se añade la de la desinformación y sobre coste que produce la gestión del DUA por parte de las agencias de transporte, que hacen que el producto final se encarezca de sobremanera para el consumidor, desalentando definitivamente la práctica de este tipo de comercio. En algunos casos, como hemos visto, las empresas de transporte pueden llegar a cobrar hasta 30€ por un trámite que podría realizar el usuario si fuese informado de este derecho. Es más, los rangos de precios que hay entre unas agencias de transporte y otras son en algunas ocasiones muy dispares, pues no se explica que Correos cobre por este trámite unos 13 euros mientras que otros transportistas cobren más del doble por realizar la misma gestión. Se incurre por tanto en un abuso por parte de los transportistas no solo al no

informar al usuario de la opción de poder autogestionarse el DUA, sino también al encarecer el servicio incluso cuando el propio usuario realiza las gestiones, alegando cobros de factaje o retención del paquete.

Esta desinformación producida por las agencias de transporte es en parte alimentada también por los medios de comunicación, pues rotulan las noticias con titulares tendenciosos, muchas veces provenientes de promesas del Gobierno de Canarias, que llevan a pensar al lector que los problemas del comercio electrónico en Canarias están resueltos para, meses más tarde, leer una noticia que contradice lo publicado anteriormente y genera más confusión.

Como hemos visto en los apartados anteriores, es habitual leer en prensa titulares tan llamativos como “Canarias abarata el comercio por internet” o “Canarias amplía a 150 euros la exención aduanera por compras” pero que, en la práctica, no son del todo ciertos pues o bien el abaratamiento no es para todos los usuarios del comercio electrónico o bien es ampliación aún no es efectiva si no que se trata de un proyecto del gobierno regional que aún no ha sido aprobado y debe pasar todavía por muchos filtros legales para ver finalmente la luz

A todo ello también hay que añadir el tiempo que se tarda en recibir un paquete enviado desde la península, que normalmente suele ser de entre 7 u 8 días excluyendo el tiempo que pase el pedido en el despacho de aduanas. Teniendo en cuenta que en el territorio peninsular estos tiempos pueden llegar a ser incluso de 24 o 48 horas, es desalentador pensar que un canario debe esperar más de una semana para recibir un paquete por el que encima deberá realizar la gestión aduanera o pagar por que la empresa transportista realice dicha gestión. Como se ha comentado, esto obliga a los canarios a planificar las compras por internet con hasta dos semanas de antelación para calcular las fechas en las que llegará el pedido a su casa. Nuevamente, la lejanía y la fragmentación del archipiélago suponen una barrera al comercio electrónico en las islas.

En conclusión, pese a los intentos del gobierno por aligerar los trámites, siguen existiendo barreras e impedimentos que hacen que Canarias no sea una región atractiva para el comercio electrónico, así como hace que los canarios tampoco quieran consumir a través de este tipo de comercio. El primer problema y posiblemente el más notorio, es la necesidad de realizar un despacho aduanero incluso en pedidos nacionales, algo que resulta absurdo pues bloquea incluso el comercio interior. El segundo problema es el sobrecoste que este despacho supone, pues las agencias de transporte imponen unas tasas arbitrarias a la tramitación del DUA que desalientan al consumidor a realizar pedidos por internet debido al sobrecoste final del producto y, por último, también hay que tener en cuenta la lejanía e insularidad de Canarias, que retrasa el tiempo de entrega de los pedidos en hasta más de una semana en algunas ocasiones.

Las soluciones para toda esta situación pasan porque transportistas y gobierno canario se pongan de acuerdo en plantear una situación real a este problema. Es comprensible que las empresas de transporte deseen cobrar las tasas aduaneras, que no dejan de ser un ingreso sustancial a cada pedido que se realiza desde y hacia Canarias, pero también se debe valorar que precisamente estas tasas afectan negativamente a la cantidad de pedidos y envíos que se realizan desde las islas.

Teniendo en cuenta que Canarias es altamente dependiente de las importaciones y que muchos productos son difíciles de encontrar en la isla, no sería sorprendente que si se eliminasen todas estas barreras para las islas viésemos un incremento sustancial en la cantidad de pedidos realizados en el archipiélago, lo que llevaría a un incremento del volumen de trabajo y pedidos de los propios transportistas, lo que podría aliviar la pérdida de ingresos debido a no poder facturar el DUA como hasta ahora.

El Gobierno Canario ha dado pasos en pos del entendimiento entre compradores y transportistas, como por ejemplo la ya mencionada elevación de la exención de DUA hasta el mínimo de 150 euros, pero sigue siendo ineficaz a la hora de aplicar estas medidas bien porque no posee las competencias necesarias para poder legislar en esta materia o bien porque aún no han encontrado la manera eficaz de atajar el problema de una vez por todas.

La aduana, pese a que suele ser vista como la gran culpable de la situación, es solo un agente más de todo el entramado de esta problemática. Su finalidad es legítima pues al tener una tributación distinta al resto del territorio nacional es de sentido común que los pedidos que entren en Canarias provenientes de fuera tengan que facturar el IGIC. Lo que no resulta nada lógico es que esta tramitación para cobrar un 7% del precio del producto importado suponga un sobrecoste que muchas veces desanime a comprar a través de internet, pagando el comprador casi lo mismo que si comprase el producto directamente con el mismo impuesto peninsular, el IVA, lo que elimina toda lógica y ventaja que supuestamente presupone el impuesto reducido de Canarias.

El gran perjudicado, como suele pasar en estos casos, es el comprador y usuario de ecommerce, que ve como salen noticias esperanzadoras de cómo se va a arreglar la situación para que, cuando realiza un nuevo pedido a través de internet, darse de bruces nuevamente con la realidad y ver que, pese a todo, Canarias sigue siendo una región donde el comercio electrónico sale más caro y tiene mayores problemas que en otras regiones del territorio peninsular.

Todo ello son los retos que debe afrontar Canarias si quiere introducirse eficazmente en el mercado global del comercio electrónico.

8. BIBLIOGRAFIA

Abad, Sajid (2014) *El Comercio Electrónico 2014* Recuperado de http://www.italcamara-es.com/files/immagini_news_eventi/2014/Investigacion_OBS_El_Comercio_Electronico_2014.pdf

Agencia Canaria de Investigación, Innovación y Sociedad de la información (2016) *Guía de comercio electrónico para particulares y autónomos* recuperado de: http://www.octsi.es/images/documentos/2016/guia_gestiones_aduaneras_para_particulares_y_autonomos_v1_2.pdf

Agencia EFE (17 de febrero de 2016) "Canarias elimina los trámites aduaneros en compras online inferiores a 150 euros" *Canarias 7* recuperado de: <http://www.canarias7.es/articulo.cfm?id=408418>

Cámara de Comercio de España (2016) *Guía de arancel* Recuperado de: http://www.camaras.org/guias/arancel/Guia_Arancel_cap6_013.html

Diputación Provincial de Canarias (1900) *Ley Real Decreto y Reglamento de los puertos francos de las Islas Canarias* Madrid: Sucesores de Rivadeneyra

Ecommerce Europe (2015) *Southern Europe B2C E-commerce Report 2015* Bruselas: Ecommerce Foundation

Ecommerce Europe (2016) *European B2C E-commerce Report 2016* Bruselas: ECommerce Foundation

Elogia (2016) *Estudio Anual de eCommerce 2016* Interactive Advertising Bureau Spain recuperado de http://www.iabspain.net/wp-content/uploads/downloads/2016/06/Estudio-eCommerce-IAB-2016_VP%C3%BAblica1.pdf

EuroStat (2016) *Estadísticas sobre la sociedad de la información - Hogares y particulares*. Recuperado de: http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Information_society_statistics_-_households_and_individuals/es#Base_de_datos

Fernández, Silvia (10 de junio de 2016) "Canarias y Madrid bloquean el pacto en comercio 'online'" *Canarias 7* extraído de: <http://www.canarias7.es/articulo.cfm?Id=423190>

García Zamora, David; Rolo Salazar, Polanski (2015) *Análisis del comercio electrónico y su evolución en Canarias* Santa Cruz de Tenerife: Repositorio Institucional ULL

Gariboldi, Gerardo (1999) *Comercio Electrónico: Concepto y reflexiones básicas* Buenos Aires: Intal

Gobierno de Canarias (25 de mayo de 2016) *Anuncio de 25 de mayo de 2016, por el que se somete a información pública el proyecto de Orden que suprime la obligación de presentar el Documento Único Administrativo (DUA) para la declaración de los tributos a la importación exigibles en los envíos de escaso valor*. Boletín Oficial de Canarias. Recuperado de: <http://sede.gobcan.es/boc/boc-a-2016-104-1639.pdf>

Gobierno de Canarias (26 de junio de 2014) *Ley 4/2014, de 26 de junio, por la que se modifica la regulación del arbitrio sobre importaciones y entregas de mercancías en las Islas Canarias*. Boletín Oficial de Canarias. Recuperado de: <http://www.gobcan.es/boc/archivo/2014/124/pda/001.html>

Gobierno de Canarias (29 de julio de 2016) *Orden de 29 de julio de 2016, por la que se suprime la obligación de presentar el Documento Único Administrativo (DUA), para la declaración de los tributos a la importación exigibles en los envíos de escaso valor*. Boletín Oficial de Canarias. Recuperado de: <http://sede.gobcan.es/boc/boc-a-2016-151-2783.pdf>

González, Jonathan (2016) *Propuesta: El 70% de las compras online Canarias < > Península exentas de DUA* recuperado de: <http://www.freshcommerce.es/blog/cambios-dua-150-euros-enero-2016/>

Iniciativa ciudadana en Facebook “Debate: Simplificar el trámite de Aduanas Canarias para particulares” (2016) *Problemas y Propuestas de soluciones que encarece y dificulta las compras online desde Canarias* recuperado de: http://www.autodespachocanarias.com/wp-content/uploads/Informe_Consejeria-1.pdf

Instituto Nacional de Estadística (2014) *El comercio electrónico y el uso de las nuevas tecnologías. Compras por internet* Madrid: Autor

Kaba, Ibraim (2008) *Elementos básicos de comercio electrónico* Ciudad de la Habana: Editorial Universitaria

Observatorio Canario de las Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información (2015) *Informe sobre el comercio electrónico en Canarias 2014 (Edición 2015)* Santa Cruz de Tenerife: Agencia Canaria de Investigación, Innovación y Sociedad de la Información

Rodríguez Merino, Cristina (2015) *¿Qué es E-commerce o comercio electrónico?* Barcelona: Universitat Pompeu Fabra

Serafín Rosa, Lorena (2014) *Análisis del Comercio Electrónico en España* Santa Cruz de Tenerife: Repositorio Institucional ULL

Recursos

Correos, página web: http://www.correos.es/ss/Satellite/site/pagina-inicio/sidioma=es_ES

DHL, página web: <http://www.dhl.es/es.html>

Gecotex, página web: <http://www.gecotex.es/que-es-un-dua-documento-unico-administrativo/>

Gobierno de Canarias Formulario del modelo 040:
<https://sede.gobcan.es/tributos/jsf/publico/presentacion/formularios/mod040/formulario.jsp>

Google, servicio de Google Maps: <https://www.google.es/maps?hl=es&tab=wl>

Iniciativa ciudadana ” No más abusos a los canarios en compras online”:
https://www.change.org/p/conserjer%C3%ADa-de-econom%C3%ADa-y-hacienda-del-gobierno-de-canarias-no-m%C3%A1s-abusos-ni-discriminaci%C3%B3n-a-los-canarios-en-compras-online?recruiter=12332722&utm_source=share_for_starters&utm_medium=copyLink

MRW, Guía de gestión aduanera: http://mrw.es/comuns/nacional/gestion_aduanera.pdf

Nacex, página web: <https://www.nacex.es/irHome.do>

Seur, página web: <http://www.seur.com/>

Universidad de la Laguna, servicio de biblioteca:
http://www.ull.es/view/institucional/bbt/Prensa_canaria_digitalizada/es

UPS, página web: <https://www.ups.com/europe/es/spaindex.html>