

DINERO

Amazonáos los unos a los otros



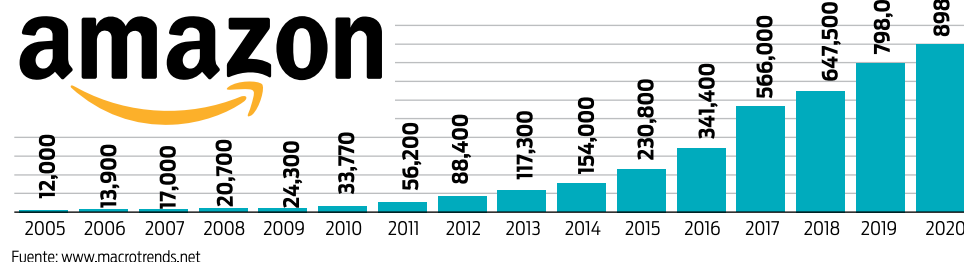
ANDRÉS DAUHAJRE HIJO
Fundación Economía y Desarrollo, Inc.

Amazon cerró el 2019 con 798,000 empleados. Entre el 16 de marzo y el 10 de abril de este año, contrató 100 mil adicionales. La semana pasada anunció que contratará otros 75,000. ¿Por qué? Para atender la creciente demanda de bienes adquiridos online como consecuencia del coronavirus. No ha importado que días antes Goldman Sachs situase en 34%, Morgan Stanley en 38% y JPMorgan en 40%, la caída del PIB de Estados Unidos para el segundo trimestre del 2020. Haciendo caso omiso a caídas no vistas ni durante los años 1930-1932 de la Gran Depresión, las acciones de Amazon alcanzaron la semana pasada su máximo histórico, cerrando en US\$2,375.00, casi 28% por encima de su precio un año atrás.

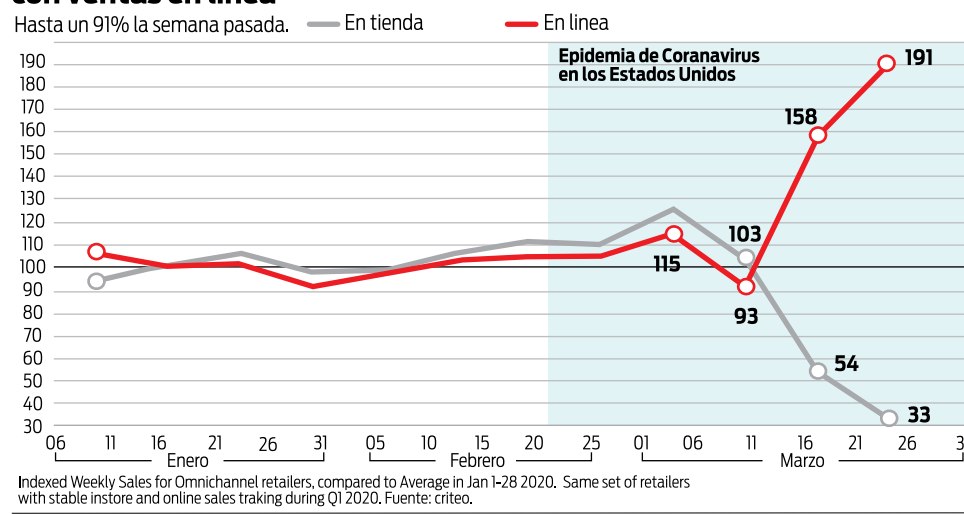
Criteo, una empresa de "retargeting" individualizado que trabaja con minoristas de Internet ofreciendo anuncios personalizados online a consumidores que han visitado previamente el sitio web del anunciante, realizó recientemente una investigación para determinar cómo las políticas de distanciamiento social adoptadas en la mayoría de los países del mundo, han influido en qué y cómo estamos comprando. La investigación realizada en EEUU revela que, en comparación con las ventas de enero del 2020, las ventas en tiendas físicas (In-store) de artículos de hogar y ropa cayeron en un 67% durante la última semana de marzo, mientras que las online de los minoristas o detallistas encuestados aumentaron en 91%. El mensaje no puede ser más claro: No solo de comida y papel sanitario vive el hombre. A pesar del cierre de las tiendas físicas, la gente sigue comprando, online, bienes diferentes a los alimentos y productos de higiene. Y los gobiernos, interesados en moderar la caída de la actividad económica y obtener ingresos impositivos, no las han desalentado o prohibido. Todo lo contrario, perciben las ventas online como socio efectivo para motivar que la gente se quede en casa y de esa manera, alcanzar el Santo Grial del aplanamiento de la curva de contagio.

La investigación muestra aumentos considerables en las ventas online de dulces y chocolates en Inglaterra (779%), España (301%) y Brasil (146%); carne, huevos y mariscos, en España (989%); faldas-pantalón y bermudas en EUA (336%) y Alemania (244%); pijamas y ropa cómoda en Corea (201%); artículos deportivos en Alemania (983%) y EUA

Amazon: total de empleados



Minoristas que compensan las ventas perdidas en la tienda con ventas en línea



(878%); productos de levantamiento de pesas en Australia (1,211%); productos de ejercicio y fitness en Italia (533%); artículos de atletismo en Inglaterra (466%); cámaras web en Alemania (2,418%), Francia (1,633%), Australia (544%) y EUA (352%); softwares de videojuegos en España (185%) e Inglaterra (158%); y juegos en Inglaterra (508%), España (231%) y Australia (230%).

En la región, mientras la mayoría de las tiendas físicas han puesto el candado, algunas enfrentan una demanda sin precedentes por servicios que hacen posible la compra online: las empresas de delivery o de reparto a domicilio. Como pronosticó el personaje de Jurassic Park, Dr. Ian Malcom, un matemático especializado en la teoría del caos, "Life, Uh, Finds a Way". Y ante el cierre de las tiendas físicas, el mercado ha encontrado una vía para que la oferta y la demanda se encuentren. PedidosYa, Hugo App, Uber Eats, All Delivery, Glovo, Rappi, CornerShop, Delivery Hero, Cabify, Didi, Postmates, son sólo algunas de las empresas de delivery que operan en la región. Conscientes del temor al coronavirus que tienen todos los consumidores, la mayoría ha adoptado protocolos de entrega e higiene para minimizar la posibilidad de contagio.

Las empresas de delivery se han autoimpuesto medidas de control e higiene para ganarse la confianza de los hogares. Entre estas resaltan incentivos a los usuarios que pagan a través de medios digitales; entrega de manitos limpias o alcohol gel y pañitos desinfectantes a los repartidores; uso obligatorio de guantes y mascarillas por parte de los repartidores; y dejar las fundas y paquetes en la puerta, manteniendo una distancia mínima de dos metros con el cliente, entre

otras. "No creo que los servicios de entrega de alimentos sean particularmente riesgosos" ha dicho Amesh Adalja, investigador del Johns Hopkins Center for Health Security. Muchos expertos sostienen que el reparto a domicilio es una buena opción para quienes desean evitar el aglomeramiento. Si la entrega de alimentos por empresas de delivery no resulta particularmente riesgosa, uno se siente tentado a pensar que mucho menos sería la entrega de un libro, un pantaloncillo, unos vasos plásticos o un juego de cubiertos.

En República Dominicana no está claro qué está y qué no está prohibido en relación a los encuentros de la oferta y la demanda. Está claro que, si su empresa no es un supermercado, colmado, farmacia o estación de combustible, usted no puede vender físicamente, es decir, a través del contacto físico del vendedor y el comprador. ¿Y si la venta es online y la entrega es realizada por una empresa de delivery que levanta un muro para evitar el contacto físico entre el vendedor y el comprador, cuál es el dictamen? Algunos señalan que esa actividad también está prohibida porque implica que el vendedor, para poder realizar la venta, tiene que hacer uso de algunos empleados en sus almacenes o tiendas físicas y que eso viola el mandato de cerrar y enviar los trabajadores a sus casas. Esa es la respuesta lógica que uno esperaría de la autoridad reguladora.

Esa respuesta, sin embargo, enfrenta dos contratiempos. El primero es que no está claro si las empresas de courier pueden o no operar. Personas que han transitado por el Distrito Nacional señalan que alrededor de los locales físicos de las empresas de correo expreso, las filas de automóviles para recoger pa-

quetes son interminables, teniendo que esperar, en ocasiones, hora y media para retirar un paquete que no contiene ni alimentos ni medicamentos. Si la autoridad entiende que las empresas de Courier si pueden operar, Magín y Enrique deben comprar Tylex 750. Al permitir que empresas localizadas en otros países puedan vender en República Dominicana, sin pagar arancel e Itbis, mientras se prohíbe hacerlo a las radicadas localmente que pagan arancel e Itbis, sin proponérselo, están haciéndole la vida más difícil a la DGII y la DGA y creando las condiciones para un mayor déficit fiscal.

El segundo contratiempo cae en el terreno de lo constitucional. El numeral 1) del Artículo 50 de la Constitución establece que "no se permitirán monopolios, salvo en provecho del Estado. La creación y organización de esos monopolios se hará por ley." ¿Y? Sucede que si sólo las empresas radicadas fuera de la República Dominicana pueden vender online -libre de impuestos- y garantizar que la oferta se encuentre con la demanda gracias a la intermediación de las empresas de courier, mientras a que las locales se les prohíbe, sin proponérselo, estaríamos otorgando el monopolio de la venta de todos los bienes no provistos por supermercados, colmados, farmacias y estaciones de combustibles, a empresas radicadas en el exterior.

Creo que las intenciones de las autoridades son buenas. Los resultados de esta medida, sin embargo, son negativos, contraproducentes y posiblemente, inconstitucionales. ¿Qué deberían hacer? Primero, autorizar las ventas online a las empresas que cumplan con un riguroso protocolo de higiene y distanciamiento razonable para el despacho personal que utilizaría en el despacho de las órdenes de compra online recibidas. Segundo, prohibir la entrega de los productos adquiridos online en las tiendas físicas. Tercero, publicar el listado de las empresas autorizadas para proveer el servicio de reparto a domicilio, previa verificación de que las mismas cumplen con el protocolo de higiene y de entrega distanciada recomendado por la autoridad de salud pública. Y cuarto, otorgar el mismo trato impositivo a todas las compras online, sin importar el origen de las empresas proveedoras de los bienes. Es realmente kafkiano que un shampoo comprado en Amazon y entregado aquí por una empresa de correo expreso esté exento de arancel e Itbis, mientras que uno vendido localmente tenga que pagarlos. Amazonemos las políticas públicas. Sería una decisión sensata para mitigar la caída de la actividad económica y de los ingresos públicos, mientras promovemos la libre competencia y leal a la que se refiere el artículo 50 de la Constitución. ●

Los artículos de Andrés Dauhajre hijo en **elCaribe** pueden leerse en **www.lafundacion.do**.