

Economía digital

El comercio electrónico y su potencial

Roger Durán

Analista Económico del Centro
Nacional de Competitividad
rduran@cncpanama.org

Los adelantos tecnológicos disruptivos
están redefiniendo drásticamente los
modelos tradicionales de negocio

El mundo atraviesa por un acelerado proceso de digitalización que está trastocando no solo las formas de producir y comercializar bienes y servicios, sino también las relaciones sociales en los más diversos planos. En el ámbito productivo, se postula que nos encontramos inmersos en la Cuarta Revolución Industrial, cuyo principal elemento distintivo es la digitalización. La economía mundial se articula crecientemente en torno a grandes plataformas digitales, las que, al interactuar con adelantos tecnológicos disruptivos como la inteligencia artificial, la manufactura aditiva, el Internet de las Cosas y las cadenas de bloques (blockchain), están redefiniendo drásticamente los modelos tradicionales de negocios.

Aunque parezca obvio, conceptualicemos la definición del comercio electrónico, ya que existen múltiples definiciones y también se le suele denominar comercio digital. Se utilizará la definición contenida en el Programa de Trabajo sobre el Comercio Electrónico adoptado por la OMC en 1998: "la producción, distribución, comercialización, venta o entrega de bienes y servicios por medios electrónicos", tomando en consideración que el comercio electrónico puede realizarse entre agentes situados dentro de un mismo país o en distintos países.

Según la Comisión Económica para América Latina y el Caribe

(CEPAL), la cuantificación del comercio electrónico plantea grandes desafíos metodológicos. Pocos países lo miden (principalmente países desarrollados) y sus estadísticas suelen no ser comparables. Existen muchas estimaciones que muestran números importantes, y que está aumentando a tasas muy elevadas. Por ejemplo, de acuerdo con la estimación de la Comisión de Comercio Internacional de los Estados Unidos, las ventas del comercio electrónico mundial (interno y transfronterizo) alcanzaron los 27.7 billones de dólares en 2016, equivalentes al 37% del PIB global en ese año.

Coincidiendo con la incursión del comercio electrónico transfronterizo, los flujos transfronterizos de datos han tenido un crecimiento exponencial en lo que ha transcurrido de este siglo. Entre 2002 y 2012, el tráfico de datos transfronterizo en Internet aumentó 60% al año, y se estima que hacia 2025 podría multiplicarse por ocho con respecto a su nivel en 2015.

Según el informe "La regulación del comercio electrónico transfronterizo en los acuerdos comerciales" preparado por la CEPAL, muestra que no todos los países ni todas las regiones están igualmente preparados para competir con éxito en la economía digital. En el caso de América Latina y el Caribe, su participación estimada en las ventas mundiales del comercio electrónico transfronterizo es muy inferior a su participación en las exportaciones mundiales de bienes,

que durante la presente década ha oscilado alrededor del 5.5%. Esto refleja la importante brecha digital con respecto a los países desarrollados como China, Estados Unidos y algunos países europeos. Las cifras que dan cuenta de la brecha, la vemos en el acceso a Internet. Por ejemplo, mientras que en 2016 el 86% de los hogares en los países de la Organización de Cooperación y Desarrollo Económicos (OCDE), sin considerar Chile y México, tenía acceso a Internet, en América Latina solo tenía acceso el 46% de los hogares. En el mismo año, la cobertura de acceso a la banda ancha móvil era prácticamente del 100% en la OCDE, pero en la región solo alcanzaba el 64%. Otro dato interesante con respecto a las nuevas tecnologías disruptivas, como la manufactura aditiva, se estima que en 2017 solo el 4% de las impresoras 3D se encontraba en América Latina y África en su conjunto. Dejando en evidencia que un componente importante para poder competir en la economía digital son los avances tecnológicos y el nivel o penetración tecnológica del que dispongan los países.

Los países pioneros en la economía digital, son aquellos con elevado gasto en investigación y desarrollo, una fuerza laboral altamente calificada y marcos institucionales apropiados aunado a servicios de alto valor agregado. Estas características denotan los grandes retos que tiene Panamá para mejorar su capacidad competitiva en materia de comercio electrónico o digital.