

Avances y desafíos del Sistema Multilateral del Comercio en materia de Comercio Electrónico

Advances and challenges of the Multilateral Trade System in the field of Electronic Commerce

Hugo Fonseca Argüello

Universidad Nacional, Campus Omar Dengo
Heredia, Costa Rica

hugo.fonseca.arguello@una.ac.cr

 <https://orcid.org/0000-0002-4097-1544>

Roy Mora Vega

Universidad Nacional, Campus Omar Dengo
Heredia, Costa Rica

roy.mora.vega@una.ac.cr

 <https://orcid.org/0000-0003-1047-1634>

Derick Bermúdez Monge

Universidad Nacional, Campus Omar Dengo
Heredia, Costa Rica

derick.bermudez.monge@est.una.ac.cr

 <https://orcid.org/0000-0002-3382-8598>

Resumen

Al hablar de comercio electrónico, es importante enfatizar como el uso del internet se ha vuelto cotidiano y necesario para las sociedades actuales al generar desarrollo en las economías alrededor del mundo y sirviendo como un medio de acercamiento entre las empresas y consumidores que, aunque se haga de forma remota, no deja de lado esa cercanía con el cliente al producir comodidad y acceso a mayor cantidad de bienes y servicios. Con un amplio crecimiento y diversificación nos encontramos con la interrogante de

si como países miembros de la Organización Mundial de Comercio (OMC), somos capaces de propiciar un flujo de comercio electrónico, y su constante evolución es una de las tareas principales donde este organismo logre crear o propiciar un marco jurídico donde el acceso a este canal comercial permite un equitativo acceso a más bienes y servicios. Por eso, es de suma importancia que dicho tema se tome como prioridad y, a pesar de los desafíos que conlleva, como naciones del mundo entremos en negociaciones de forma que el comercio electrónico y sus beneficios no sean mermados por un marco de trabajo que no se adecue a sus características y que, más bien procure adaptarse a la versatilidad y evolución de las nuevas tecnologías.

Palabras claves: comercio Electrónico, Economía Digital, Revolución 4.0, comercio empresarial.

Abstract

When talking about electronic commerce, it is important to emphasize on how the use of the internet has become part of our daily culture and a necessity for today's societies, thus generating development in economies around the world and serving as a means of rapprochement between companies and consumers that, although performed remotely, does not neglect closeness to the customer, creating comfort and access to a greater quantity of goods and services. With its extensive growth and diversification, we find ourselves with the question of whether as member countries of the World Trade Organization (WTO), we can promote a flow of electronic commerce and its constant evolution, being one of the main tasks in which this organization can create or promote a legal framework where the access to this commercial channel allows equitable accessibility to more goods and services. Therefore, it is of utmost importance for this issue to be considered a priority and, despite the challenges it entails, as nations of the world we should enter into negotiations so electronic commerce and its benefits are not diminished by a framework that does not suit its characteristics, but rather tries to adapt to the versatility and evolution of new technologies.

Keywords: electronic Commerce, Digital Economy, Revolution 4.0, business commerce.

Introducción

Los modelos tradicionales de negocio están en una profunda transformación, son desafiados por los nuevos patrones de consumo, especialmente, los que vienen con el uso de la información y su accesibilidad. El auge de la tecnología y su rápido

avance ha llegado para digitalizar diferentes aspectos de la sociedad, las relaciones intrapersonales, las investigaciones y el consumo de bienes y servicios.

El comercio electrónico, conocido comúnmente por su término en inglés *e-commerce* (*electronic commerce*), o bien, bajo otros términos como **comercio** por Internet o **comercio** en línea, es conceptualizado por la Organización Mundial del Comercio (OMC) como la producción, distribución, comercialización, venta o entrega de bienes y servicios por medios electrónicos; definición que fue adoptada durante la Conferencia Ministerial de 1998, en el marco del Programa de Trabajo sobre el Comercio Electrónico, establecido ese mismo año.

Los Miembros que emitieron la Declaración Conjunta sobre el Comercio Electrónico han entablado negociaciones sobre los aspectos del comercio electrónico relacionados con el comercio, y celebraron ocho reuniones en 2019. (OMC, 2020)

A pesar del gran impacto del comercio electrónico en los últimos años en la economía mundial, según el Informe anual 2020 de la OMC, los miembros de esta organización están de acuerdo con los avances y nuevas tecnologías que son ofrecidas por la Economía Digital, no obstante, se coincide que aún es prematuro alcanzar un acuerdo multilateral en términos de comercio electrónico, el cual no ha dejado de ser debate en otras instancias de la institución como el Consejo de Servicios, el Consejo de los Aspectos de los Derechos a la Propiedad Intelectual, el Comité de Comercio y Desarrollo. De igual forma, entre los miembros detallan la importancia de mejorar aspectos como la transparencia y notificación del comercio de servicios en conjunto con el interés en fortalecer la ciberseguridad entre los países, en especial, los más desarrollados de la Organización.

Otro instrumento asociado al comercio electrónico es el Acuerdo sobre Tecnologías de la Información (ATI), que tiene como objetivo ayudar a los países en desarrollo y a las micro,

pequeñas y medianas empresas a mejorar la conectividad, a tener mayor acceso a la información y a nuevos instrumentos que le permitan una diversificación o profundización de sus negocios, al comercio electrónico y a sus giros normales de operación, divulgación y ventas de sus bienes y servicios.

En ese sentido, el presente artículo busca revisar el estado actual, los avances y desafíos del comercio electrónico en América Latina, considerando los esfuerzos realizados desde la OMC en esta materia.

A nivel metodológico, la información recabada se obtuvo mediante una búsqueda y compilación de datos que han aparecido en diferentes fuentes secundarias teniendo como base la información disponible en sitios web de la Organización de Naciones Unidas (ONU), Organización Mundial de Comercio (OMC), Organización para el Desarrollo y Cooperación Económica (OCDE), entre otras.

Se refuerza la recolección de información con fuentes periodísticas, sitios oficiales tanto de organismos internacionales, como Instituciones de gobierno y de las diversas organizaciones civiles que han expresado su posición al respecto.

Este artículo se estructura tomando como base el estudio de la economía digital como marco conceptual, su evolución que demarca un auge prominente para el comercio electrónico en los últimos años, dando paso al análisis de los pasos que ha realizado el Sistema Multilateral del Comercio a través de la Organización Mundial del Comercio (OMC) en función de estudiar los retos y desafíos de esta organización con respecto al tema.

Economía Digital y Comercio Electrónico: un marco conceptual de entendimiento

El comercio electrónico es una herramienta más que facilita la forma de hacer negocios, incentivando la internacionalización de empresas. Este se desarrolla en el marco de la economía

digital que cada vez es más impulsada por las mejoras en la accesibilidad de la red y una mayor democratización en el uso de dispositivos electrónicos inteligentes.

De acuerdo con el informe 2019 relacionado con la Economía Digital de la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD), existen tres componentes principales en la economía digital:

1. **Los aspectos básicos o aspectos fundamentales:** los cuales se pueden definir como los requerimientos y herramientas necesarias para que la economía digital se desenvuelva. Componentes como los semiconductores y procesadores, equipos como las computadoras y dispositivos de telecomunicaciones y, por último, el canal por donde fluye la información entendida como el internet y las redes de telecomunicaciones.
2. **Sectores digitales y de la tecnología de la información (TI):** los cuales producen los productos o brindan los servicios digitales como las plataformas en internet, tiendas online, aplicaciones web, servicios de suscripción, entre otras plataformas.
3. **Un conjunto más amplio de sectores en fase de digitalización:** entendidos como ciertos sectores que se encuentran en proceso de digitalizar sus operaciones o que dependen de forma considerable de los servicios digitales. Las finanzas, el turismo, el entretenimiento, los medios de comunicación pertenecen a este sector productivo de la economía digital que se encuentra en camino a digitalizarse.

Así en esta era de la comunicación, la economía digital toma fuerza como motor de crecimiento, de la internacionalización de los países y como una forma más de que las economías encuentren nuevas formas de transar sus bienes o servicios a costos menores y de forma accesible para gran cantidad de consumidores.

Se debe entender que los tres componentes de la economía son interdependientes por lo que no puede haber un e-commerce sin antes tener posicionado y definidos los procesos de intercambio de bienes y servicios (*e-business*) y la propia infraestructura requerida para su funcionamiento (el informe de 2019 sobre la Economía Digital de la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD)). Si bien es cierto, para que la economía digital funcione, se ocupa de un ecosistema que lo opere, por lo que conceptualmente este “ecosistema digital” es definido como el conjunto de infraestructuras y prestaciones (plataformas, dispositivos de acceso) asociadas a la provisión de contenidos y servicios a través de Internet. (Katz, 2015)

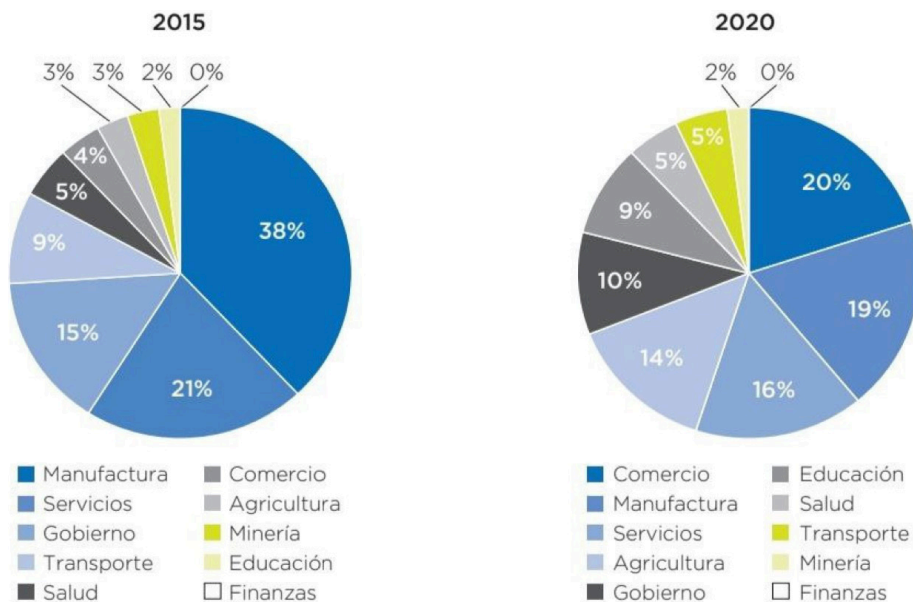
Para (Zaballos y Rodríguez, 2017), un punto de apoyo para entender su desenvolvimiento es a través del acceso a la banda ancha de internet y el servicio de datos, mencionando que para que este ecosistema funcione debe darse una armonía de trabajo entre la oferta (acceso), la demanda (adopción y uso), y un elemento transversal, la política pública y de regulación, sumado a las acciones de política comercial promovidas por la Organización Mundial del Comercio (OMC).

Así, la economía digital impacta a todos los sectores económicos, por ejemplo, agrícola, el alimentario, la banca y finanzas, seguros, educación, turismo, comercio, manufacturas, energía, transportes, minería, construcción, etc. En el siguiente gráfico, se observa la evolución que ha tenido la digitalización en diversos sectores productivos de América Latina.

Se evidencia que hay una importante reconfiguración de los sectores entre 2015 y 2020. La manufactura, los servicios y el gobierno representaban el 74%, situación que se modifica parcialmente cinco años después, donde el comercio se posiciona como el sector más digitalizado.

Gráfico 1

Evolución de la digitalización por sector productivo en América Latina



Fuente. Economía digital en América Latina y el Caribe 2020, Banco Interamericano de Desarrollo (BID).

El potencial de digitalización por sector productivo es un impulso para los nuevos modelos en el *e-business* y propiamente incentivador para el *e-commerce*. Antes debemos entender que el sector que mueve estos cambios se da a través del desarrollo en comunicación que tenga un país mediante el sector de las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC).

La digitalización de los contenidos y la forma de hacer negocios cambió desde el arribo de los servicios clásicos de lo que llamamos internet: correo electrónico, acceso a la web, hoy más aún con la disposición de teléfonos celulares inteligentes, nuevas aplicaciones en línea ha permitido reducir tiempos y distancias físicas en la consecución de los negocios, sumando a una respuesta más rápida, en tiempo real inclusive y un acceso a la información y manejo de transacciones casi que al instante,

convirtiéndola en un intercambio en tiempo real de información indispensable para la toma de decisiones y concreción de los negocios. Por tanto, es relevante que estamos en tiempos donde la digitalización está más democratizada, más accesible, operando las 24 horas, 365 días del año, hoy acelerado con la pandemia, especialmente, el último año.

Por otro lado, es de gran importancia el estudiar las tecnologías de internet o Internet de las Cosas (IoT) por sus siglas en inglés (*Internet of Things*), tecnologías que permiten ese enlace entre el qué hacer en economía, siendo estos la plataforma de desarrollo de los negocios o e-commerce (el cómo hacerlo).

El comercio Electrónico visto desde la Organización Mundial del Comercio: avances y prospección multilateral

La OMC cuenta con un estructurado marco regulatorio en lo que compete a bienes y servicios, de aquí que la asignación que esta misma le asigne al comercio electrónico determinará su regulación (BID, 2017). Si vemos en datos anteriores, la importancia con que se ha acrecentado en el comercio mundial y, en especial, con el comercio electrónico, la OMC no se ha quedado atrás y desde 1998 inicia su incursión a esta rama del comercio mundial reconociendo en la ronda ministerial que este sector estaba creando oportunidades para el propio comercio y adoptando la declaración sobre el Comercio Electrónico Mundial. Sus puntos básicos pedidos fueron los siguientes:

- a. El establecimiento de un programa de trabajo sobre el comercio electrónico.
- b. El Consejo General realiza exámenes periódicos sobre la base de los informes de la OMC.
- c. Los ministros examinan con regularidad el programa de las conferencias ministeriales de la OMC.

En esta ronda ministerial, con la declaración mencionada, la OMC define al comercio electrónico.

La labor de los órganos respectivos internos a la OMC se les encomienda:

- I. Al Consejo de Servicios que examine el trato del comercio electrónico en el marco jurídico de la AGCS;
- II. Al Consejo de Mercancías que examine los aspectos al comercio electrónico pertinentes a las disposiciones del GATT de 1994, a los acuerdos comerciales multilaterales comprendidos en el Anexo 1A del Acuerdo sobre la OMC y al programa de trabajo aprobado e informe al respecto;
- III. Al Consejo ADPIC (propiedad intelectual) que examine las cuestiones referentes a la propiedad intelectual del comercio electrónico;
- IV. Al Comité de Comercio y Desarrollo que examine las consecuencias del comercio electrónico para el desarrollo, teniendo en cuenta las necesidades, económicas, financieras y de desarrollo de los países en desarrollo.

Por otro lado, el Consejo General adopta los siguientes pasos:

- Desde el 2001, se realiza un examen continuo sobre las cuestiones transversales comprendidas en el Programa de Trabajo planteado en 1998.
- En octubre del 2016, la celebración del duodécimo y más reciente debate sobre el tema.
- Se desarrollan desde el año 2016 reuniones abiertas e informales.

Para el tema de las reuniones ministeriales, se obtienen los siguientes avances:

Tabla 1

Conferencias Ministeriales, OMC y su desenvolvimiento con el tema del Comercio Electrónico 1998-2021

Conferencia Ministerial	Resultados	Prospección
Declaración Ministerial de Ginebra de 1998	Reconocimiento de la expansión del comercio electrónico	Definición y pautas formales entre países y para la OMC
	Elaboración del programa de trabajo	
Declaración Ministerial de Doha de 2001	Reconocimiento de la vulnerabilidad de los países menos adelantados y de las deficiencias estructurales en la economía mundial	Buscar la ayuda necesaria a los países menos adelantados para una integración provechosa y significativa
	Reconocimiento de la evolución acelerada sobre el comercio en general	Trabajo con otras instituciones mundiales para el desarrollo de políticas económicas mundiales
Declaración Ministerial de Hong Kong de 2005	Conviene en revitalizar la labor de estudio y debates sobre el trato comercial	Conviene los países, no imponer derechos de aduana a las transmisiones electrónicas, hasta revisión en próximas sesiones
Declaración Ministerial de Ginebra 2009	Prosiguen los estudios y el deseo de revitalizar la labor de estudio y debate sobre el tema	Se decide mantener la decisión de no imponer derechos de aduana a las transmisiones electrónicas y de incluir en los estudios relacionados con el desarrollo, revisión de los principios fundamentales de la OMC, la no discriminación, previsibilidad y transparencia, del trato comercial entre los programas de informática que se suministran de forma electrónica
Declaración Ministerial de Ginebra 2011	Continuación de la revitalización del programa	Se encomienda al Consejo de Comercio y Desarrollo a revisar las cuestiones relacionadas con el desarrollo, asistencia técnica, facilitación de acceso al comercio electrónico a las micro, pequeñas y medianas empresas, principalmente de los países menos adelantados
Conferencia Ministerial de Bali de 2013	Seguir examinando los aspectos relacionados al comercio electrónico	Mantiene los estudios de la declaración de Ginebra e incluye el estudio de mejora en la conectividad a internet, acceso a TIC y a sitios públicos de internet, expansión de la telefonía móvil, computación en la nube, protección de datos confidenciales, privacidad y protección al consumidor
Conferencia Ministerial de Nairobi de 2015	Continuar con la labor realizada en sesiones anteriores	Proseguir con los exámenes periódicos con los mismos temas anteriores definidos
Conferencia Ministerial de Buenos Aires de 2017	Continuar con la labor realizada en sesiones anteriores	Proseguir con los exámenes periódicos con los mismos temas anteriores definidos
Conferencia Ministerial de Ginebra 2021	La conferencia no se ha llevado a cabo	La conferencia no se ha llevado a cabo

Fuente. Elaboración propia con base en los datos de las conferencias ministeriales de la OMC y sus informes.

Si se analizan los avances en cada conferencia, el punto de inflexión, luego de definido y abordado el tema como un elemento de carácter mundial y de impacto a las economías, se nota un viraje fuerte al menos en subtemas por trabajar con la conferencia en Ginebra de 2011 y ampliándose en la de 2013 donde

surgen aspectos detonantes en los países, en sus políticas y en los propios desarrollos de nuevos modelos de negocio; el uso de aparatos móviles inteligentes que presionan el “status quo” vivido hasta ese momento en la economía mundial.

Para enero del 2019, se puede observar de acuerdo con el gráfico como 75 países comenzaron a trabajar en reglamentar el comercio electrónico cuyo objetivo era ofrecer a los consumidores un entorno eficaz, previsible y seguro. En el inicio de las conversaciones, se concretó una reunión de ministros en el Foro Económico Mundial en Davos, Suiza donde la OMC asume el proceso donde asistieron ministros de Estados Unidos, Unión Europea y China.

En abril del año 2019, en una reunión titulada “Reglamentación mundial del comercio digital y del comercio electrónico” organizada por el gobierno de Dinamarca, el ex director general, de la OMC, Roberto Azevedo en su discurso divulgado por la propia institución denota varios puntos relevantes:

- *El comercio* es un importante y creciente aspecto de las economías de hoy.
- Constituye una forma de romper las barreras tradicionales al comercio, incluidos los costos asociados a las distancias físicas.
- La OMC debe estar atenta a todos estos cambios.
- En el presente, no todos pueden acceder a las oportunidades del e-commerce, grandes espacios persisten.
- En los países menos desarrollados 4 de cada 5 personas no están conectadas.
- En casos donde existe conectividad, la infraestructura carece de mejoras, o bien, no hay regulación.
- En vista al auge que ha tenido el e-commerce a nivel mundial es necesario que se hagan mejoras a nivel nacional para seguirle su ritmo.

- El e-commerce ha tomado relevancia en tratados regionales recientes.
- En la parte multilateral continúan los trabajos exploratorios bajo la agenda de trabajo y las discusiones se incrementan bajo la tutela de la OMC.

Los puntos tratados desde la ronda de Buenos Aires para este tema han sido los siguientes:

- 71 países miembros firmaron un acuerdo para explorar el e-commerce
- Facilitación en las transacciones del e-commerce, tales como medidas de facilitación arancelaria.
- Temas de accesibilidad a mercados y flujo de datos/información.
- Temas sobre consumo y uso de información personal.
- Transparencia en las regulaciones y medidas del e-commerce.
- Se proyectan así entre miembros, mayores conversaciones sobre flexibilidad, seguido de proveerles de asistencia técnica y soporte.

En el caso de Costa Rica y su propuesta presentada junto a 9 países más, crearon un grupo llamado Amigos del Comercio Electrónico para el desarrollo, el cual lo conforman países como Argentina, Chile, Colombia, Kenya, México, Nigeria, Pakistán, Sri Lanka y Uruguay, con el objetivo de llevar a cabo en el propio seno de la OMC un plan de trabajo para garantizar el intercambio de bienes y servicios por medio de las plataformas digitales y que estas se realicen con seguridad. Esta es una de las premisas que constituyen la propuesta, debido a la gran incertidumbre que implica la “moratoria” solicitada en cada Ronda Ministerial para con el comercio electrónico (Ver tabla No 1). Esto confirma la dispersión de discusiones al seno de cada Comité a lo interno

de la OMC y no se da ninguna pauta o definición para un acuerdo multilateral en materia del comercio electrónico.

Sin embargo, luego de esta última ronda ningún acuerdo fue tomado, igual no se esperaba, dado que según el ministro Alexander Mora del Gobierno de Costa Rica (El Financiero, 2017), “un importante grupo de países considera que mientras no se satisfagan sus intereses dentro de ella, no permitirán la incorporación de nuevos temas ni mandatos negociadores”.

Retos y Desafíos una conjugación de elementos entre la OMC y el desarrollo de las economías digitales

Para la inserción de las empresas, en el mercado global del comercio electrónico, se requiere de un buen acceso y una buena plataforma de la propia economía digital de cada país, provocando con ellas un salto de su acervo empresarial a otro nivel y enlace con todo el comercio global.

Si se observa la importancia del desarrollo de las economías digitales, y se relaciona con el papel ordenador e impulsor, la OMC juega un papel relevante en este proceso. No obstante, el proceso que desde 1998 se ha lanzado dentro de la OMC produce discordancias a nivel interno en su desarrollo.

Si se conceptualiza una estructura económica digital donde tomamos como referencia las empresas transnacionales y de alta tecnología, 4 de las 7 con mayor presencia a nivel mundial en el comercio electrónico son de origen estadounidense y han sido sectorizadas según el Foro Económico Mundial (James, 2017), como se muestra a continuación.

- Google (Dominio de información)
- Facebook (Media)
- Amazon (Venta minorista)
- Apple, Microsoft (Tecnología)

Para Debora James, el argumento base de estas transnacionales inmersas en el comercio electrónico, luego de no progresar acuerdos internos en los Estados Unidos impulsado por el gobierno de Obama, y derogado por el de Trump, a través de la conocida propuesta del Acuerdo Trans Pacífico, dado la no importancia que le dan al comercio electrónico en su país de origen, han sido el de presionar a la OMC para la formulación de reglas.

Por otro lado, si vemos la constitución de la OMC en 164 países, donde su mayoría están en desarrollo, no tienen vinculado a este sector (comercio electrónico) en sus prioridades de gobierno, por lo que las discusiones en el seno de la OMC aún tornan a emplear el comercio internacional como motor de desarrollo, pero no se nota ningún enfoque al comercio electrónico.

Así, un desafío más para la institución es la de concluir al menos algunos de los trabajos encomendados en el Programa de Trabajo a los comités y estos, aparte de dar la plataforma informativa, crear las pautas para un futuro trabajo de reglamentación o guía de abordaje al tema en sus próximas reuniones ministeriales.

Para la OMC, los desafíos en política y aspectos prácticos del mercado deben determinar líneas de trabajo en los siguientes puntos:

1. Acceso a la infraestructura, acceso a internet.
2. Acceso a mercados.
3. El marco jurídico y reglamentario de las transacciones por internet.
4. Seguridad y carácter confidencial de las transacciones.
5. El tema tributario.
6. El dinero electrónico.
7. Mayores oportunidades en los países en desarrollo e industrializados.

Ahora si se analizan los desafíos en función de la propia naturaleza de la OMC entonces se deberían tomar en cuenta:

1. Acceso a Internet.
2. Acceso a mercados.
3. Liberalización del comercio en el marco de AGCS.
4. Facilitación del comercio.
5. El comercio electrónico y la contratación pública.
6. Derechos de propiedad intelectual y el Acuerdo sobre ADPIC.
7. Problemas de reglamentación en la OMC.

La política y naturaleza de la institución van de la mano, por lo que la OMC debe acelerar su determinación de política al comercio electrónico y su determinación de su naturaleza en función de los puntos anteriores, que en su mayoría convergen.

Conclusión

En el transcurso del presente escrito se concluye que una actividad económica como el comercio electrónico, tomando como base la economía digital, se ha consolidado como un canal de importancia a la hora de hacer negocios y no solo el hecho del auge que ha tenido recientemente por crecimiento natural y acelerado por la pandemia, sino de la transformación que se ve en el uso del internet y la tendencia que se ha visto en un contexto como el actual. Las personas por necesidad o comodidad se han amoldado a la facilidad que el comercio electrónico les ofrece y conforme a los datos analizados dicha situación continúa en aumento.

Limitantes como la correcta implementación de políticas que busquen reglamentar el comercio electrónico se ven desplazadas por el hecho de que las nuevas tecnologías, el desarrollo

de aplicaciones y esquemas de comercio han tomado fuerza de una forma más acelerada de la que la legislación, la Organización Mundial del Comercio y los gobiernos regionales tienden a prever. Si no, podemos ver el ejemplo recolectado con base a las conferencias ministeriales de la OMC donde los países, hasta hoy, se encuentren realizando diferentes aportes y conferencias para lograr un consenso en temas como aranceles, leyes y demás componentes de una legislación que abrace el comercio electrónico como un marco de referencia a nivel internacional.

Es evidente como la digitalización de las economías y las nuevas tecnologías van uno o dos pasos adelante del ritmo del sistema multilateral; como organización los pasos tomados han demostrado cómo el tema se ha establecido como prioritario, el cual es clave para la estructuración de ese sistema jurídico necesario para el funcionamiento del comercio electrónico pero la prontitud de la toma de decisiones y el avance prioritario de las negociaciones es fundamental que se acelere para alcanzar el ritmo cambiante de los mercados y la digitalización presente en todas las economías globales.

En términos generales, Latinoamérica como región se encuentra realizando modificaciones a sus estatutos legales y en la aplicación de nuevas herramientas tecnológicas que les permitan reducir el rezago a nivel internacional presente en contraste con otras regiones, como por citar un ejemplo Asia, donde el comercio electrónico ha proliferado de forma considerable y en función de traer el desarrollo a nuestra región y avanzar como economías emergentes hacia donde se está moviendo el mercado a nivel internacional en los presentes días.

Es evidente que, como región, nos queda un arduo camino por recorrer; sin embargo, los países se encuentran en constante movimiento y con un claro deseo por implementar la digitalización y el comercio electrónico en sus territorios de forma exitosa.

Referencias

- Azévedo, R. (2019). *El debate sobre el comercio digital y el comercio electrónico nos concierne a todos*. Organización Mundial del Comercio (OMC). Recuperado de: https://www.wto.org/spanish/news_s/spra_s/spra254_s.htm
- Bachetta, M., Low P., Mattco, J., Shukndecht, L., Wagner H. y Werens, M. (1998). El Comercio Electrónico y el Papel de la OMC. *Estudios Especiales 2. Organización Mundial del Comercio (OMC)*. Recuperado de: https://www.wto.org/spanish/res_s/booksp_s/special_study_2_s.pdf
- CEPAL. (2019). *La regulación del comercio electrónico transfronterizo en los acuerdos comerciales. Algunas implicaciones de política para América Latina y el Caribe*. Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). Recuperado de: https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/44667/S1900451_es.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- CEPAL. (2020). *Perspectivas del Comercio Internacional de América Latina y el Caribe*. Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). Recuperado de: https://www.cepal.org/sites/default/files/publication/files/46613/S2000805_es.pdf
- CEPAL. (2020). *Anuario Estadístico de América Latina y el Caribe*. Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). Recuperado de: https://www.cepal.org/sites/default/files/publication/files/46739/S2000544_es.pdf
- James, D. (2017). *Twelve reasons to oppose Rules on Digital Commerce in the WTO*. *Latin America in Movement*. Recuperado de: <https://www.alainet.org/en/articulo/185505>

- Katz, R. (2015). *El ecosistema y la economía digital en América Latina. Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL)*. Recuperado de: https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/38916/1/ecosistema_digital_AL.pdf
- Mora, A. (2018). La OMC después de Buenos Aires. *El Financiero*. Recuperado de: <https://www.elfinanciero.com/opinion/la-omc-despues-de-buenos-aires/VMCL4QUAW5AYP-B6XSHLRPRST4A/story/>
- Ramírez, E. (2017). Costa Rica impulsa en la OMC una nueva agenda para el desarrollo del comercio electrónico. *La Nación*. Recuperado de: <https://www.nacion.com/economia/politica-economica/costa-rica-impulsa-en-la-omc-una-nueva-agenda-para/KJGWT443S5FNTENHHYN2CXBPAU/story/>
- OCDE. (2019). *Panorama del comercio electrónico: políticas, tendencias y modelos de negocios. Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE)*. Recuperado de: <https://irp-cdn.multiscreensite.com/81280eda/files/uploaded/Panorama%20del%20comercio%20electro%20C%81nico%20OCDE.pdf>
- Organización Mundial del Comercio (OMC). (2018). *Reporte Anual*. Organización Mundial del Comercio. https://www.wto.org/spanish/res_s/booksp_s/12_anrep18_implementationandmonit_s.pdf
- Ramírez, E. (2019). 75 países empiezan a negociar en OMC reglas para comercio electrónico. *La Nación*. Recuperado de: <https://www.nacion.com/economia/negocios/75-paises-empiezan-a-negociar-en-omc-reglas-para/2JOW45ZJZBF3T-JDSL2IVTSRQNY/story/>
- Tapella, E. (2007). *El Mapeo de Actores Claves*. Instituto Multidisciplinario de Biología Vegetal. CONICET, 1-18.

- UNCTAD. (2020). *Informe sobre la Economía Digital 2019*. United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD). Recuperado de: https://unctad.org/system/files/official-document/der2019_es.pdf
- WTO. (2020). Annual Report 2020. *World Trade Organization (OMC)*. Recuperado de: https://www.wto.org/english/res_e/booksp_e/anrep_e/anrep20_e.pdf
- Zaballos, A. y Rodríguez E. (2017). *Economía Digital en América Latina y el Caribe: Situación actual y recomendaciones*. Banco Interamericano de Desarrollo (BID). Recuperado de: <https://publications.iadb.org/publications/spanish/document/Econom%C3%ADa-digital-en-Am%C3%A9rica-Latina-y-el-Caribe-Situaci%C3%B3n-actual-y-recomendaciones.pdf>