

Colombia & México: políticas públicas para promover el e-commerce en el contexto de la Alianza del Pacífico

Colombia & México: public policies to promote e-commerce in the context of the Pacific Alliance

Maria del Mar Oviedo Facundo¹ y Carmen Otilia Bocanegra Gastelum²

Resumen

La Alianza del Pacífico posee una agenda digital estructurada a través de la hoja de ruta diseñada por el Subgrupo de Agenda Digital (SGAD), empero, ¿cuáles han sido las medidas de política pública orientadas a fomentar el comercio electrónico en México y Colombia? ¿existe una política en común en ambos países para impulsar el comercio electrónico en el contexto de la Alianza del Pacífico? Para responder a las interrogantes, el objetivo consiste en identificar y contrastar la política pública en México y Colombia referente a la economía digital direccionada al comercio electrónico en el marco de la Alianza del Pacífico.

Para lograr el objetivo se analiza la política pública y los ecosistemas digitales en ambos países, así mismo, se comparan dichas políticas públicas con su agenda digital. Como hipótesis se plantea, que las políticas públicas de México y Colombia que promueven el comercio electrónico van de la mano de la Agenda Digital Regional eLAC de América Latina, lo que conlleva a una política en común. Para su constatación, se recurre al método analítico-sintético, del cual se comprueba que efectivamente, si hay una política en común, en donde cada país, México y Colombia, posee su respectivo marco regulatorio, siendo éste un trabajo en conjunto en la región Latam.

Palabras clave: Alianza del Pacífico, políticas públicas, economía digital, TIC's,

Abstract

The Pacific Alliance has a structured digital schedule through the roadmap designed by the Digital Schedule Subgroup, however, what have been the public policy measures aimed at promoting electronic commerce in Mexico and Colombia? Is there a common policy in both countries to promote electronic commerce in the context of the Pacific Alliance? To answer the questions, the objective is to identify and contrast the public policy in Mexico and Colombia regarding the digital economy aimed at electronic commerce within the framework of the Pacific Alliance.

To achieve the objective, public policy and digital ecosystems in both countries are analyzed, likewise, these public policies are compared with their digital schedule. As a hypothesis, it is proposed that the public policies of Mexico and Colombia that promote electronic commerce go hand in hand with the eLAC Regional Digital Schedule of Latin America, which leads to a common

¹ Maestrante en Integración Económica. Universidad de Sonora, México. Correo: a220230131@unison.mx
ORCID: 0000-0002-1077-5446

² Profesora-investigadora de Tiempo Completo del Departamento de Economía de la Universidad de Sonora. México. Correo: carmen.bocanegra@unison.mx ORCID:0000-0001-6321-2359

policy. For its verification, the analytical-synthetic method is used, from which it is verified that indeed, if there is a common policy, where each country, Mexico and Colombia, has its respective regulatory framework, this being a joint work in the Latin America region.

Keywords: Pacific Alliance, digital economy, ICTs, public policies

1. Introducción

Hoy en día, para muchos el mundo se encuentra encaminado en la cuarta revolución industrial, puesto que cada día nos enfrentamos a los procesos digitales, y esto contiene un impacto sin precedentes en todos los aspectos de la vida del ser humano. Actualmente, las personas se enfrentan a lo que se le denomina transformación digital, por la manera en la que se accede a la información, a la educación, al trabajo, a la generación de ingresos y a la forma en la que se relacionan los individuos, todo ello es producto de esta transformación, que es resultado del uso de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC's) (Departamento Nacional de Planeación de Colombia, 2018), así como también, es corolario de la globalización y la conectividad mundial a la que estamos expuestos día tras día.

Los miembros de la Alianza del Pacífico (AP), están conscientes de dicho escenario mundial, y de que la transformación digital de hoy en día, genera avances en la productividad, en el crecimiento económico y en el desarrollo de los países del mundo. Así mismo, comprende la digitalización y el surgimiento de una economía digital, la cual se origina del crecimiento acelerado de plataformas electrónicas de compra - venta, involucrando el sistema de pagos y la logística de éste, así como de los servicios financieros. Es por esta razón que la AP, se encamina a construir una Agenda Digital para desplegar en los cuatro países miembros que son, Chile, Colombia, México y Perú; soportándose en capítulos de su Protocolo Adicional al Acuerdo Marco en temáticas como comercio electrónico y telecomunicaciones. Con esto, la Alianza del Pacífico, busca abordar el impacto que posee la economía digital en los acuerdos internacionales (Observatorio Estratégico de la Alianza del Pacífico OEAP, 2017) y, en consecuencia, aborda también, las políticas públicas en las economías digitales, las cuales, son pilares para la adecuada estructuración de cómo cada país, debe de irse adentrando en este nuevo proceso de digitalización. En función de ello, la problemática que se identifica en la presente investigación, en primera instancia consiste en conocer cómo se encuentra el panorama de la economía digital y la aplicación de las políticas públicas en los países miembros de la Alianza del Pacífico de acuerdo con su agenda digital, y en el segundo momento, analizar la existencia de homogeneidad en las políticas públicas respecto a los países miembros. Sin embargo, por ser este artículo parte de un proyecto de investigación más extenso, solo se estudian en la presente investigación, los países de México y Colombia.

En este contexto, y a raíz de la problemática planteada, los interrogantes del problema de investigación son ¿cuáles han sido las medidas de política pública orientadas a fomentar el comercio electrónico en México y Colombia? ¿existe una política en común en ambos países para impulsar el comercio electrónico en el contexto de la Alianza del Pacífico?

El objetivo consiste en identificar y contrastar la política pública en México y Colombia referente a la economía digital direccionada al comercio electrónico en el marco de la Alianza del Pacífico. La hipótesis de investigación plantea que las políticas públicas de México y Colombia que promueven el comercio electrónico van de la mano de la Agenda Digital Regional eLAC de América Latina, lo que conlleva a una política en común; y cada país dictamina las políticas

públicas a su manera y alcance. En la metodología se recurre al método analítico-sintético, en el cual, se procede a realizar un análisis de la información de fuentes oficiales.

La estructura del presente artículo está dividida en cuatro secciones. La primera se centra en la descripción de la agenda digital de la Alianza del Pacífico, y de las políticas públicas propuestas en la economía digital de México y Colombia. La segunda parte hace referencia al método empleado en la investigación. La tercera corresponde a los resultados y la discusión de los avances en política pública para el comercio electrónico de México y Colombia dentro del marco de la Alianza del Pacífico; de las barreras y retos al comercio electrónico en los países estudiados y al análisis de la propuesta de política. Finalmente, la última sección corresponde a las conclusiones, donde se constata que sí hay una política en común, la cual regula el comercio electrónico a través de la Agenda Digital Regional, a la que se adaptan todos los países de América Latina, y sus líderes la acoplan a las agendas digitales de los acuerdos internacionales, y cada país las fomenta y acata de acuerdo a su gobierno de turno.

2. Antecedentes

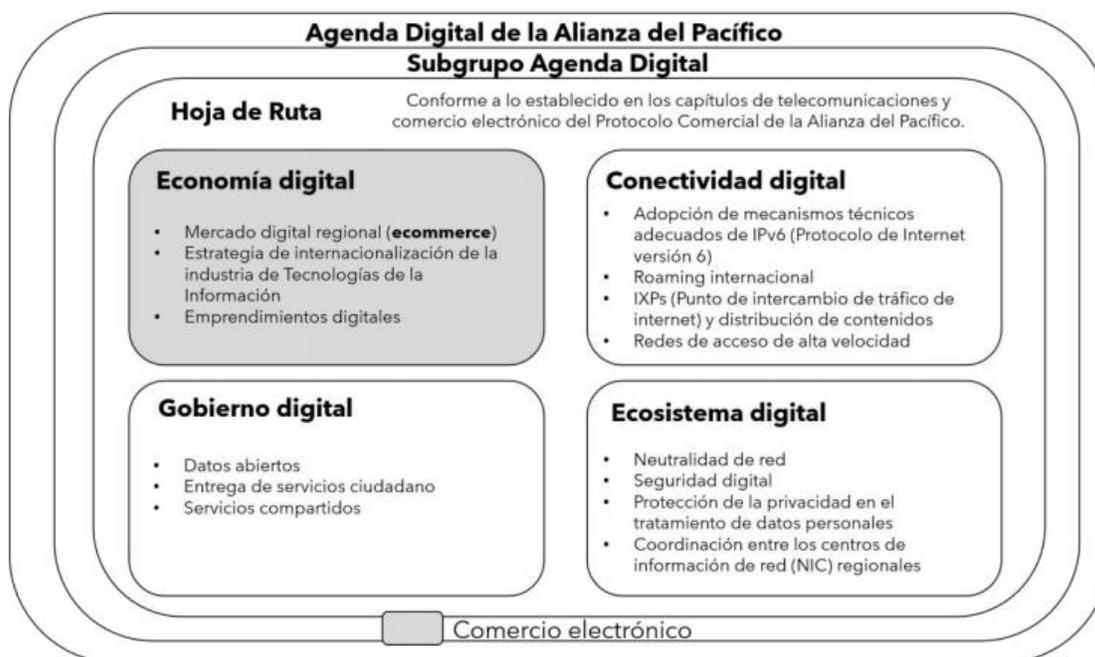
2.1. Agenda Digital de la Alianza del Pacífico

Con base en el documento emitido por la Alianza del Pacífico llamado *Hoja de Ruta*, se hace mención del contenido de la *Agenda Digital* de la AP, a través de sus ejes programáticos. En dicho documento se afirma que el Subgrupo de Agenda Digital (SGAD) diseñó una hoja de ruta que permite implementar y desarrollar temas concretos de acuerdo con los capítulos de telecomunicaciones y comercio electrónico del Protocolo Comercial de la Alianza del Pacífico (Alianza del Pacífico, 2017).

De acuerdo con el marco regulatorio de telecomunicaciones y comercio electrónico de la AP, la hoja de ruta consiente, "...el desarrollo de una agenda digital participativa y consensuada, la cual, permitirá construir un área de integración profunda para avanzar progresivamente hacia la libre circulación de bienes, servicios, capitales y personas" (Alianza del Pacífico, 2017, p. 1).

La agenda digital de la Alianza del Pacífico, se define por mandato presidencial que en total existen dos, el primero por medio de la Declaración de Cali en junio de 2017 y el segundo por medio de la Declaración de Puerto Vallarta en julio de 2018. En la Declaración de Cali, se acordó el mandato número ocho que corresponde a la agenda digital, donde hace especial énfasis en la i) implementación de una plataforma de Mercado Digital Regional para la identificación de oportunidades y barreras al comercio electrónico, ii) la cooperación entre los países en pro de la seguridad digital y la confianza en las TIC y iii) el uso de la firma electrónica o digital y la facilitación de la prestación de los servicios de Gobierno Digital (Alianza del Pacífico, 2017), y en la Declaración de Puerto Vallarta, se acordó el mandato número ocho que corresponde a la agenda digital, y enmarca los cuatro ejes de trabajo que son Economía, Conectividad, Gobierno y Ecosistemas Digitales, por medio de un mecanismo de diálogo público-privado (Alianza del Pacífico, 2018), el cual se detalla en el siguiente diagrama.

Diagrama 1. Descripción gráfica de la Hoja de Ruta de la Agenda Digital de la Alianza del Pacífico



Fuente: elaboración propia con información de la Alianza del Pacífico

De acuerdo con el Diagrama 1, cada eje programático contiene unas medidas las cuales se forman de la siguiente manera:

i) Economía Digital, en este eje se busca avanzar hacia el *Mercado Digital Regional* a través del comercio electrónico entre los países miembros, buscando realizar estudios de oferta y demanda para dimensionar el mercado potencial, así como también, analizar la viabilidad del diseño de plataformas abiertas que lo faciliten y, por consiguiente, identificar las oportunidades y barreras al comercio electrónico. Así mismo, se busca el *Desarrollo e internacionalización de la industria TI y de los emprendimientos digitales*, a través de la construcción de una estrategia de internacionalización de las industrias de Tecnologías de la Información, con el fin de identificar la demanda de los servicios, así como, para conocer las fortalezas y debilidades, y fomentar un taller de intercambio de experiencias entre los países miembros para la respectiva retroalimentación y mejora de estrategias (Alianza del Pacífico, 2017).

ii) Conectividad Digital, en este eje se busca impulsar la cooperación regional para la transición y adopción de mecanismos técnicos de *IPv6 (Protocolo de Internet versión 6)* a través de proveedores de acceso a Internet, proveedores de contenidos y aplicaciones, operadores de acceso, fabricantes de equipos de comunicaciones, para garantizar el servicio a los usuarios. También se busca fomentar el *Roaming Internacional*, en donde se evalúen acciones para tarifas transparentes y razonables, en donde se propone incentivar la reducción de las tarifas de datos, voz y mensajería a niveles de tarifa local, con el fin de promover el comercio intrarregional. En este sentido, se busca el fortalecimiento de la infraestructura de telecomunicación regional y

subregional mediante la instalación de nuevos *Puntos de intercambio de tráfico de Internet (IXP)*, el uso del IXP permite a los proveedores de servicio de Internet interconectarse sin tener que recurrir a circuitos internacionales, dando como resultado la reducción de costos de banda ancha y precios, por tal motivo, la Alianza del Pacífico, busca crear la infraestructura necesaria para la creación de IXP en la región, y de esta manera, crear *Redes de distribución de contenidos*. Así mismo, se busca la implementación de *Redes de acceso de alta velocidad*, para el desarrollo de la economía digital, permitiendo la dispersión de servicios con altas tasas de transferencia de datos (Alianza del Pacífico, 2017).

iii) Gobierno Digital, en este eje se intenta mejorar las prácticas en cuanto a los *Datos abiertos* y reutilización de los mismos, con el fin de ofrecer servicios de gobierno hacia la sociedad y fomentar la transparencia del Estado, para de esta manera, promover la investigación, el emprendimiento y el desarrollo económico. En otras palabras, se pretende incentivar la cooperación técnica entre los países miembros para mejorar el almacenamiento, aprovechamiento y análisis de datos. Así mismo, se programa la *Entrega de servicios ciudadanos*, incentivando la cooperación horizontal en la entrega de servicios para ciudadanos y empresas en áreas como la simplificación administrativa, digitalización de trámites y firma digital, entre otros. Y finalmente, se planean los *Servicios compartidos*, por medio de la cooperación técnica en el uso de los mismos, para aprovechar a las tecnologías de la información al proveer centralizadamente servicios para su uso desconcentrado, es decir, se pueda desarrollar software de gobierno que esté disponible para los ciudadanos por medio de plataformas (Alianza del Pacífico, 2017).

iv) Ecosistema Digital, es el último eje en donde se pretende la consecución del principio de *Neutralidad de Red*, con el fin de fomentar su adopción en los países miembros. Así mismo, por medio de la *Seguridad Digital*, se busca la promoción de políticas de seguridad y privacidad de la información de los consumidores, así como también, de protección de datos personales. Esto se quiere lograr, a través de la cooperación entre los CERT/CIRT (Equipo de respuesta ante emergencias informáticas). De igual manera, se proyecta reforzar la normatividad a la *Protección de la privacidad en el tratamiento de datos personales*, para garantizar a los ciudadanos, a los funcionarios públicos, empresas y gobiernos, la apropiada gestión, permitiendo de esta manera, la privacidad, seguridad y tratamiento de los mismos. Finalmente, se concibe la *Coordinación entre los centros de información de red (NIC) regionales*, con el objeto de fomentar su participación en discusiones internacionales sobre seguridad, así como también, incentivar una estrategia de coordinación en la región para lograr políticas comunes en administración de nombres de dominio (Alianza del Pacífico, 2017).

2.2. Políticas públicas en la economía digital de México y Colombia

A continuación, se describen brevemente las políticas públicas en materia de economía digital, e incluye al comercio electrónico y a las TIC's, con respecto a los países de estudio.

2.2.1. Política pública en economía digital para México

México, en materia de economía digital cuenta en la actualidad con políticas nacionales presentadas en el Plan Nacional de Desarrollo 2019-2024, contenidas en el eje general número tres de desarrollo económico (Cámara de Diputados, Gobierno de México, 2019). A continuación, se describe.

IV. Ejes generales

IV.3. Desarrollo económico

Objetivo 3.7 Facilitar a la población, el acceso y desarrollo transparente y sostenible a las redes de radiodifusión y telecomunicaciones, con énfasis en internet y banda ancha, e impulsar el desarrollo integral de la economía digital.

Para dar seguimiento al objetivo planteado, se proponen los siguientes indicadores:

3.7.1 Impulsar el desarrollo de infraestructura de radiodifusión y telecomunicaciones en redes críticas y de alto desempeño.

3.7.2 Promover el acceso a Internet y banda ancha como servicios fundamentales para el bienestar y la inclusión social.

3.7.3 Fomentar el desarrollo tecnológico sostenible y accesible en diversos campos de las telecomunicaciones y la radiodifusión a nivel nacional.

3.7.4 Desarrollar habilidades y modelos para la transformación digital, adecuándolas a las necesidades por sexo, edad y en los diferentes territorios.

3.7.5 Promover la economía digital accesible para toda la población, atendiendo la brecha de acceso a las tecnologías de la información y comunicación en comunidades marginadas y con presencia de población indígena y afroamericana.

El gobierno de México en su Plan Nacional de Desarrollo considera que “el acceso a los servicios de radiodifusión y telecomunicaciones es fundamental para el desarrollo económico” (Cámara de Diputados, Gobierno de México, 2019, p. 171), y para esto, “se requiere del diseño y ejecución de políticas públicas integrales en materia de infraestructura, educación, competencia, tecnología e innovación” (Cámara de Diputados, Gobierno de México, 2019, p. 171). Así mismo, “promoverá el acceso a internet y banda ancha como servicios fundamentales para el bienestar y la inclusión sociales” (Cámara de Diputados, Gobierno de México, 2019, p. 172) y “fomentará la formación de capacidades digitales de las personas, las instituciones y los operadores, así como también, se dará especial énfasis a las zonas marginadas del país” (Cámara de Diputados, Gobierno de México, 2019, p. 172). En tal sentido, “la economía digital, abre una oportunidad para desarrollar nuevos esquemas de negocio y formas alternativas de interacción, consumo y producción para impulsar el desarrollo económico” (Cámara de Diputados, Gobierno de México, 2019, p. 173) Por lo tanto, “será necesario dar especial atención al desarrollo de operaciones de comercio electrónico y de ciberseguridad” (Cámara de Diputados, Gobierno de México, 2019, p. 173). Para estas operaciones, en México ha existido legislación aplicable al comercio electrónico, por ejemplo, el Código de Comercio, la Ley Federal de Protección al consumidor (Rios Abogados, 2016) y la Ley Fintech actualmente, sin embargo, hasta hace poco se ha comenzado a consolidar políticas públicas entorno a la economía digital y a la promoción de manera implícita del comercio electrónico.

2.2.2. Política pública en economía digital para Colombia

Colombia, en materia de economía digital cuenta en la actualidad con tres políticas nacionales: Documento CONPES 3975 Política Nacional para la Transformación Digital e Inteligencia Artificial de 2019; documento CONPES 3995 Política Nacional de Confianza y Seguridad Digital de 2020; y documento CONPES 4012 Política Nacional de Comercio Electrónico de 2020. Todas ellas han sido aprobadas en los últimos años, en 2019 y 2020; lo que significa que,

en Colombia, la economía digital está iniciando su constatación de manera formal. El Gobierno Nacional está comenzando su estructuración, planeación y puesta en marcha. Sin embargo, la política nacional de comercio electrónico, apareció por primera vez en el año 2009. Dichas políticas nacionales, se publican a través del Consejo Nacional de Política Económica y Social CONPES, el cual fue creado por la Ley 19 de 1958, y es “...la máxima autoridad nacional de planeación y se desempeña como organismo asesor del Gobierno en todos los aspectos relacionados con el desarrollo económico y social del país” (Departamento Nacional de Planeación de Colombia, 2016, párr. 1). Así mismo, el CONPES “...coordina y orienta a los organismos encargados de la dirección económica y social en el Gobierno, a través del estudio y aprobación de documentos sobre el desarrollo de políticas generales que son presentados en sesión” (Departamento Nacional de Planeación de Colombia, 2016, párr. 1). Por consiguiente, se describe brevemente la política nacional de transformación digital, la cual se relaciona con el objeto de estudio.

Documento CONPES 3975, Política Nacional para la Transformación Digital e Inteligencia Artificial, noviembre de 2019

En el documento CONPES 3975, se tiene como objetivo “...aumentar la generación de valor social y económico a través de la transformación digital, mediante la disminución de barreras, y el desarrollo de condiciones habilitantes, para enfrentar los retos relacionados con la 4RI” (Consejo Nacional de Política Económica y Social CONPES, 2019, p. 38). “...El logro de las condiciones descritas se dará en un período de cinco años, con una inversión total aproximada de 121.619 millones de pesos” (Consejo Nacional de Política Económica y Social CONPES, 2019, p. 4). Dicha política pública, se ejecutará por medio de cuatro objetivos estratégicos integrados por líneas de acción por parte de las entidades correspondientes (Consejo Nacional de Política Económica y Social CONPES, 2019).

1. *Disminuir las barreras que impiden la incorporación de tecnologías digitales en el sector privado y en el sector público, para facilitar la transformación digital del país*
 - ❖ Línea de acción 1. Disminuir barreras relacionadas con la falta de cultura y el desconocimiento para abordar la adopción y explotación de la transformación digital en el sector privado.
 - ❖ Línea de acción 2. Desarrollar ajustes normativos e institucionales para favorecer la adopción de la transformación digital en componentes clave de la productividad empresarial.
 - ❖ Línea de acción 3. Mejorar el desempeño de la política de gobierno digital, para abordar la adopción y explotación de la transformación digital en el sector público.

2. *Crear condiciones habilitantes para la innovación digital en los sectores público y privado, con el propósito que sea un mecanismo para el desarrollo de la transformación digital*
 - ❖ Línea de acción 4. Alianzas internacionales para la innovación.
 - ❖ Línea de acción 5. Diseñar y ejecutar iniciativas de fomento al emprendimiento y la transformación digital.
 - ❖ Línea de acción 6. Promover la innovación basada en TIC en el sector público.

- ❖ Línea de acción 7. Ejecutar iniciativas de alto impacto apoyadas en la transformación digital.
3. *Fortalecer las competencias del capital humano para afrontar la 4RI, con el fin de asegurar el recurso humano requerido*
- ❖ Línea de acción 8. Generar condiciones habilitantes que favorezcan el desarrollo de competencias digitales durante la trayectoria educativa, correspondientes con los retos de las transformaciones tecnológicas.
 - ❖ Línea de acción 9. Desarrollar capacidades y competencias para potenciar la interacción de la comunidad educativa con las tecnologías emergentes para aprovechar las oportunidades y retos de la 4RI o industria 4.0.
 - ❖ Línea de acción 10. Configuración de ecosistemas de innovación orientados a generar apropiación de la cultura innovadora para incentivar el desarrollo social y económico.
 - ❖ Línea de acción 11. Alianzas internacionales para la formación de talento.
 - ❖ Línea de acción 12. Preparación de la educación, con prioridad en IA, que contribuya al desarrollo de competencias para la 4RI.
4. *Desarrollar condiciones habilitantes⁴⁴ para preparar a Colombia para los cambios económicos y sociales que conlleva la IA e impulsar otras tecnologías de la 4RI*
- ❖ Línea de acción 13. Generar las condiciones habilitantes para impulsar el desarrollo de la IA en Colombia.
 - ❖ Línea de acción 14. Impulsar el desarrollo de tecnologías digitales para la 4RI en Colombia.

De igual manera, se describe brevemente la política nacional de comercio electrónico, la cual es el objeto de estudio.

Documento CONPES 4012, Política Nacional de Comercio Electrónico, noviembre de 2020

En el documento CONPES 4012, “...se formula la Política Nacional de Comercio Electrónico que tiene como objetivo impulsar el comercio electrónico en las empresas y la ciudadanía, para aumentar la generación de valor social y económico en el país” (Consejo Nacional de Política Económica y Social CONPES, 2020, p. 3), analizando la problemática de que persisten bajos niveles en el aprovechamiento del comercio electrónico por parte de las empresas y la ciudadanía, por la baja adopción tecnológica, habilidades digitales, falta de confianza y cultura, baja interacción de los operadores postales y logísticos, así como rigidez normativa y debilidad en la gobernanza institucional (Consejo Nacional de Política Económica y Social CONPES, 2020). Por consiguiente, “...las acciones que se ejecuten en el documento CONPES 4012 tendrán un horizonte de cinco años empezando en 2021 y finalizando en 2025, con una inversión total aproximada de 88.339 millones de pesos colombianos” (Consejo Nacional de Política Económica y Social CONPES, 2020, p. 3). Dicha política pública en comercio electrónico, se ejecutará por medio de cuatro ejes estratégicos integrados por líneas de acción por parte de las entidades correspondientes (Consejo Nacional de Política Económica y Social CONPES, 2020).

1. *Generar capacidades para el uso y apropiación del comercio electrónico en las empresas*

- ❖ Línea de acción 1. Desarrollar estrategia de comercio electrónico para la inclusión productiva.
 - ❖ Línea de acción 2. Facilitar y promover la adopción tecnológica y herramientas digitales de comercio electrónico en las empresas.
 - ❖ Línea de acción 3. Evaluar los costos asociados para transacciones digitales en el comercio electrónico.
 - ❖ Línea de acción 4. Crear y fortalecer las habilidades técnicas y de talento especializado en la cadena de valor del comercio electrónico para las empresas.
2. *Generar capacidades para impulsar el uso y apropiación del comercio electrónico en la ciudadanía*
- ❖ Línea de acción 5: Generar confianza y cultura ciudadana en el comercio electrónico.
3. *Fomentar la innovación y las buenas prácticas en la prestación de los servicios postales y logísticos para dar respuesta a las dinámicas del comercio electrónico*
- ❖ Línea de acción 6: Desarrollo de Manual de buenas prácticas para operadores postales y logísticos en el comercio electrónico.
4. *Definir acuerdos institucionales y actualizar el marco normativo para la promoción del comercio electrónico*
- ❖ Línea de acción 7: Desarrollo de un marco de gobernanza e institucionalidad para el comercio electrónico.
 - ❖ Línea de acción 8: Actualización normativa para responder a los nuevos desafíos, actores y tecnologías relacionadas con el comercio electrónico.
 - ❖ Línea de acción 9: Habilitar mecanismos regulatorios complementarios para la innovación en el comercio electrónico.
 - ❖ Línea de acción 10: Diagnóstico al programa Exportafácil Colombia.
 - ❖ Línea de acción 11: Diseño e implementación de un sistema de información de comercio electrónico.

3. Metodología

El método utilizado es el analítico-sintético, debido a que se realizó un análisis de fuentes de información secundarias, principalmente informes, documentos y sitios web oficiales como el de la Alianza del Pacífico, los cuales están relacionados con las políticas públicas de México y Colombia, así como también, de la Agenda Digital Regional eLAC.

4. Resultados y discusión

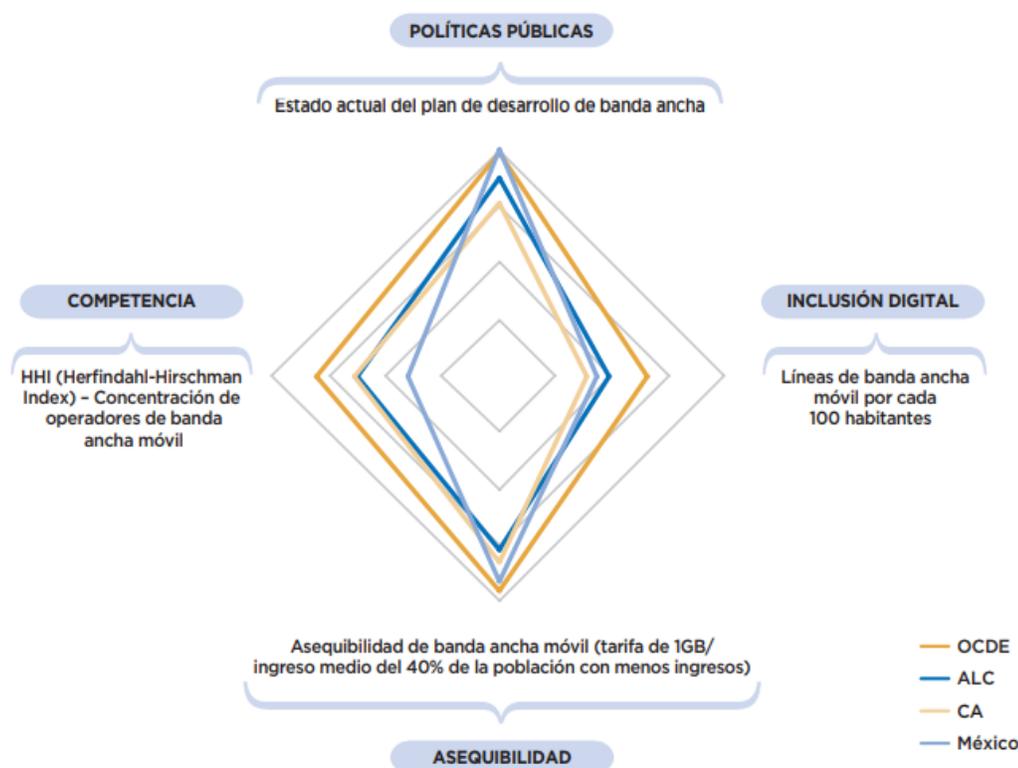
4.1. Avances en política pública para el comercio electrónico de México y Colombia dentro de la Alianza del Pacífico

A continuación, se detalla el avance de la política pública en economía digital que engloba a Colombia y México. En esta sección, se describen datos e indicadores conforme el avance de la economía digital en los países de estudio.

4.1.1. Economía digital en México

Para analizar el avance y estado de la economía digital en México, a continuación, se presenta información relacionada a las TIC's.

Diagrama 2. Diagnóstico del sector TIC's en México, 2017



Fuente: Banco Interamericano de Desarrollo BID. (2017).

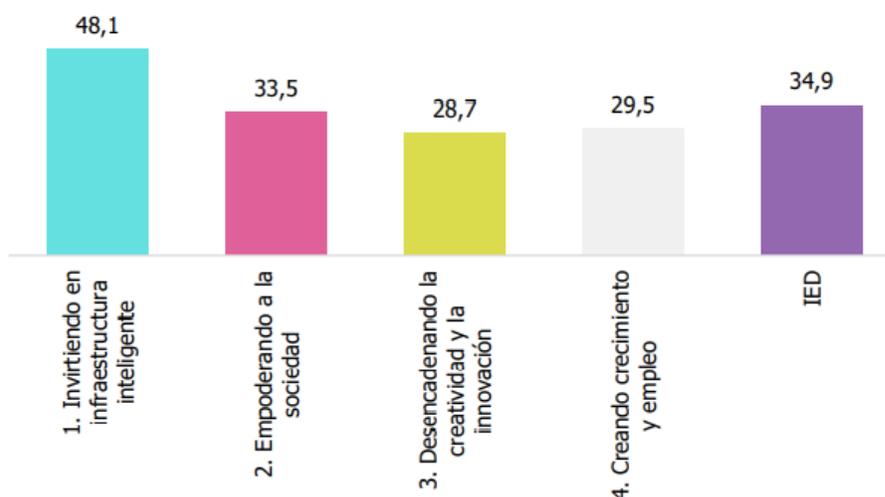
De acuerdo con el Diagrama 2, México ha establecido políticas públicas donde la asequibilidad están en buen desempeño, puesto que la brecha que existe en dichos factores en comparación con los países de la OCDE, es mínima; pero en competencia e inclusión digital, existe una gran distancia, lo que significa atraso, por lo que se considera necesario fortalecer.

El nivel de digitalización de los sectores en México proporciona los siguientes resultados: los sectores de salud, los productos al consumidor, los servicios financieros, el comercio y la manufactura, son los sectores que se encuentran digitalizados; sucediendo lo contrario en los sectores de telecomunicaciones, transporte, logística, energía y minería (Banco Interamericano de Desarrollo, 2017).

4.1.2. Economía digital en Colombia

Para el año 2016, se obtiene la siguiente gráfica que describe el estado de la economía digital en Colombia.

Gráfica 1. Índice de economía digital en Colombia, 2016



Fuente: Comisión de Regulación de Comunicaciones CRC de Colombia. (2018).

De acuerdo con la Gráfica 1, se presenta el Índice de Economía Digital (IED) en Colombia, con un puntaje de 34,9, en una escala de cero a cien. El IED muestra que el país tiene un gran espacio de mejora en términos de la economía digital. Si bien este resultado es el reflejo de los puntajes obtenidos en las dimensiones 3 y 4, que fueron menores a los 30 puntos, debe destacarse el puntaje alcanzado por la dimensión 1, que, cercano a los 50 puntos, es el más alto de todas las dimensiones e indica que en esta dimensión Colombia tiene el mejor desempeño (Comisión de Regulación de Comunicaciones CRC de Colombia, 2018). De acuerdo con lo anterior, se realizó la evaluación de cuatro dimensiones: i) invirtiendo en infraestructura inteligente, ii) empoderando a la sociedad, iii) desencadenando la creatividad y la innovación y finalmente, iv) creando crecimiento y empleo.

4.1.3. Empresas más importantes de comercio electrónico en América Latina

A continuación, se mencionan las empresas más importantes de comercio electrónico que tienen presencia en América Latina, sin embargo, no todas pertenecen a la región. Estas empresas atienden el mercado Business to Consumer B2C, es decir, de empresa a consumidor. “Entre las empresas extrarregionales más importantes y conocidas están Amazon, Apple y Alibaba. Dentro de las empresas de origen regional, la principal es MercadoLibre, que tiene más de 235 millones de usuarios en 2018 y presencia en muchos países de la región” (Comisión Económica para América Latina y el Caribe CEPAL, 2018, p. 146).

- ❖ **Mercado Libre:** tiene su sede en Argentina, es una plataforma de compra y venta de productos. Agrupa varias empresas con las que brinda servicios financieros y envíos de paquetería. Se encuentra en la mayoría de los países de la región. Registra para enero de

2016, 51 millones de visitas (Comisión Económica para América Latina y el Caribe CEPAL, 2018).

- ❖ **Amazon Sites:** tiene su sede en Estados Unidos, es una plataforma de intermediación para la venta de mercadería y contenido. Logra para enero de 2016, 17 millones de visitas (Comisión Económica para América Latina y el Caribe CEPAL, 2018).
- ❖ **Alibaba.com:** tiene su sede en China, es una plataforma global de comercio mayorista y minorista, a través de Aliexpress. Distribuye y vende productos de consumo, electrónicos, alimentos y productos químicos. Conquista para enero de 2016, 13 millones de visitas (Comisión Económica para América Latina y el Caribe CEPAL, 2018).
- ❖ **Appl.com Worldwide Sites:** tiene su sede en Estados Unidos, diseña fabrica y comercializa dispositivos de telefonía móvil y de computación. Además, vende software de servicios, accesorios, soluciones de red y contenido y aplicaciones digitales. Reconoce para enero de 2016, 12 millones de visitas (Comisión Económica para América Latina y el Caribe CEPAL, 2018).

4.2. Agenda Digital Regional para América Latina y el Caribe

De acuerdo con el Subgrupo de Agenda Digital (SGAD) de la Alianza del Pacífico, quienes están a cargo del diseño de la Hoja de Ruta, ésta, se encuentra relacionada con la Agenda Digital Regional de América Latina y el Caribe, debido a que en la Hoja de Ruta se profundizan algunos aspectos que fueron aprobados en la Declaración de Ciudad de México en el año 2015 en la V Conferencia Ministerial sobre la Sociedad de la Información en América Latina y el Caribe (eLAC) (Alianza del Pacífico, 2017), al mismo tiempo, ésta hace referencia a la Agenda Digital Regional eLAC2018.

La Agenda Digital Regional eLAC2018, expuso,

“...como misión desarrollar un ecosistema digital en Latam que, mediante un proceso de integración y cooperación regional, fortaleciera las políticas que impulsen una sociedad basada en el conocimiento, la inclusión y la equidad, la innovación y la sostenibilidad ambiental” (Comisión Económica para América Latina y el Caribe CEPAL, 2015, p. 3).

Dentro de esta agenda digital, se encuentran áreas de acción, dentro de las cuales, una de ellas se especializa en objetivos para la economía digital, como son:

1. **Objetivo 6:** Desarrollar y promover la industria de las TIC; asimismo, fomentar los ecosistemas de economía digital y la articulación público-privada (Comisión Económica para América Latina y el Caribe CEPAL, 2015, p. 4).
2. **Objetivo 7:** Aumentar la productividad, el crecimiento y la innovación de los sectores productivos mediante el uso de las TIC, e impulsar la transformación digital (Comisión Económica para América Latina y el Caribe CEPAL, 2015, p. 4).
3. **Objetivo 8:** Potenciar la economía digital y el comercio electrónico a nivel nacional y regional, adaptando las regulaciones de protección al consumidor al entorno digital y coordinando aspectos tributarios, de logística y transporte,

medios de pago y de protección (Comisión Económica para América Latina y el Caribe CEPAL, 2015, p. 4).

- 4. Objetivo 9:** Impulsar políticas dirigidas a fortalecer el ecosistema de emprendimiento digital regional, fomentando la adopción, desarrollo y transferencia de nuevas tendencias tecnológicas y generando capacidades y opciones de acceso a ellas (Comisión Económica para América Latina y el Caribe CEPAL, 2015, p. 4).

La versión más reciente es eLAC2022, pero no se trabajó en la presente investigación, debido a que la Alianza del Pacífico se basa en la descrita en su Hoja de Ruta.

4.3. Contrastación de políticas públicas

A continuación, se presenta el siguiente cuadro en donde se realiza la contrastación de las políticas públicas de economía digital direccionadas hacia el comercio electrónico, comparándose así la agenda digital de la Alianza del Pacífico, las políticas presentadas de México y de Colombia, y la Agenda Digital Regional para América Latina y el Caribe.

Cuadro 1. Contrastación de políticas públicas de economía digital entre la Alianza del Pacífico, México, Colombia y eLAC2018

ALIANZA DEL PACÍFICO	MÉXICO	COLOMBIA	ELAC2018
Mercado Digital Regional MDR (enmarca al comercio electrónico)	Fomentar el desarrollo de operaciones de comercio electrónico y de ciberseguridad.	Generar capacidades para uso y apropiación del comercio electrónico en las empresas y ciudadanía.	Potenciar el comercio electrónico a nivel nacional y regional
Internacionalización de la industria de Tecnologías de la Información	Infraestructura de radiodifusión y telecomunicaciones	Disminuir barreras que impiden la incorporación de tecnologías digitales	Desarrollar y promover la industria de las TIC's
Emprendimientos digitales		Diseñar y ejecutar iniciativas de emprendimiento y transformación digital	Impulsar políticas a fortalecer el ecosistema de emprendimiento digital regional
Roaming Internacional			
Adopción mecanismos técnicos de IPv6 (Protocolo de Internet versión 6), IXPs (Punto de intercambio de tráfico de internet) y Redes de acceso de alta velocidad	Acceso a internet y banda ancha	Impulsar desarrollo de tecnologías digitales para la 4RI	Fomentar productividad, crecimiento e innovación mediante el uso de TIC's
	Desarrollar habilidades y modelos para la transformación digital por género, edad y territorios.	Generar condiciones habilitantes para el desarrollo de competencias digitales	Fomentar adopción, generar capacidades
	Disminución de brecha de acceso a las TIC's en comunidades marginadas, población indígena y afroamericana	Disminuir barreras relacionadas con la falta de cultura y el desconocimiento en la adopción	

Fuente: elaboración propia

De acuerdo con el cuadro 1, vemos que sí existe una política en común entre México y Colombia, y esto es así, debido a que encajan en el contexto de la Alianza del Pacífico, y esta a su vez, parte de la Agenda Digital Regional para América Latina y el Caribe; y esto se debe a que inicialmente las agendas digitales de los países se constatan enmarcando a Latinoamérica, para luego, minimizarlo a acuerdos internacionales y, por consiguiente, a las políticas nacionales. En este caso, se observa que el comercio electrónico es una temática que principalmente se está ejecutando a través del Mercado Digital Regional que creó la Alianza del Pacífico, y que, a su

vez, las políticas públicas en materia de comercio electrónico en México, se centran en políticas a través de programas en cada sexenio de gobierno, y en el caso, de Colombia, las políticas se enmarcan a través de documentos CONPES. México y Colombia lo están implementando ya que sus políticas internas lo permiten y, es aquí donde las TIC's radican un papel importante, pues éstas crean el ecosistema digital para el comercio electrónico, y los países deben de estar a la altura de la cuarta revolución industrial.

5. Conclusiones

Realizando el análisis se observa que se tienen claros los objetivos respecto a la estructura física de las TIC's, las cuales, son fundamentales para que pueda existir el ecosistema apropiado para el desarrollo de plataformas digitales o electrónicas que den luz verde al comercio electrónico.

De igual manera, tanto México como Colombia poseen políticas públicas claras, definidas y organizadas de acuerdo con los entes y organismos estatales encargados de diseñarlas, plasmarlas y ejecutarlas. Lo anterior, claramente se puede observar a raíz de los documentos CONPES que emite el Estado de Colombia, haciendo público para la ciudadanía colombiana las políticas públicas en materia de economía digital, como lo es en este caso, de comercio electrónico; y México, dando a conocer sus políticas a través del Plan de Desarrollo Nacional, que se estructura, actualiza y organiza en cada sexenio de gobierno; y éstas, a su vez, se relacionan con la agenda de política regional eLAC.

Por ejemplo, las empresas de comercio electrónico que actualmente existen en América Latina y el Caribe, son empresas que tienen presencia y experiencia en la región, sin embargo, no es suficiente. Es por esa razón, que la Alianza del Pacífico, lanza su política de crear un Mercado Digital Regional, con la intención de potencializar e introducir más empresas. Por lo que se deben evaluar los retos y barreras al comercio electrónico, puesto que, conociendo la problemática, se pueden precisar alternativas de acción en las políticas públicas.

Del mismo modo, la Alianza del Pacífico enfatiza políticas que tienen que ver con emprendimientos digitales, ecommerce y conectividad digital; dentro de ésta, Colombia y México le asientan a la transformación e inclusión digital, a la productividad que esto conlleva, a la confianza, seguridad y habilidades digitales.

Y sin dejar atrás, lo que eLAC2018 propone para darle crecimiento e innovación a los sectores productivos, fomentando el impulso a la transformación digital por medio de regulaciones, avivando los emprendimientos digitales regionales; haciendo ver de esta manera, el unísono en sus políticas.

Referencias

- Alianza del Pacífico. (2016). Agenda digital ¿Quiénes somos? Alianza del Pacífico: El poder de la Integración. <https://alianzapacifico.net/grupo-tecnico-de-agenda-digital/>
- Alianza del Pacífico. (2017). Hoja de Ruta Subgrupo Agenda Digital. Alianza del Pacífico: El poder de la Integración. <https://alianzapacifico.net/wp-content/uploads/Hoja-de-Ruta-SGAD2016-2017.pdf>
- Alianza del Pacífico. (2017b, junio 30). Declaración de Cali. Alianza del Pacífico: El poder de la Integración. <https://alianzapacifico.net/download/declaracion-de-cali-junio-30-de-2017/>
- Alianza del Pacífico. (2018, 24 julio). Declaración de Puerto Vallarta. Alianza del Pacífico: El poder de la Integración. <https://alianzapacifico.net/download/declaracion-de-puerto-vallarta/>

- Banco Interamericano de Desarrollo. (2017). Economía digital en América Latina y el Caribe: situación actual y recomendaciones. <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>
- Banco Interamericano de Desarrollo BID. (2017). La gobernanza de las telecomunicaciones: hacia la economía digital. 83 <https://publications.iadb.org/publications/spanish/document/La-gobernanza-de-lastelecomunicaciones-Hacia-la-econom%C3%ADa-digital.pdf>
- Cámara de Diputados, Gobierno de México. (2019). Plan Nacional de Desarrollo 2019–2024. Gaceta Parlamentaria. <http://gaceta.diputados.gob.mx/PDF/64/2019/abr/20190430-XVIII-1.pdf>
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe CEPAL. (2015). Agenda Digital para América Latina y el Caribe (eLAC2018). Publicaciones de las Naciones Unidas.
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe CEPAL. (2018). Perspectivas del Comercio Internacional de América Latina y el Caribe 2018. Publicación de las Naciones Unidas. https://www.cepal.org/sites/default/files/publication/files/44196/S1801070_es.pdf
- Comisión de Regulación de Comunicaciones CRC. (2018). Metodología para la medición de la economía digital en Colombia. Comisión de Regulación de Comunicaciones República de Colombia. <https://www.postdata.gov.co/sites/default/files/Medici%C3%B3n%20de%20la%20Econom%C3%ADa%20Digital%20en%20Colombia.pdf>
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe CEPAL. (2019). El comercio digital en América Latina. Publicaciones de las Naciones Unidas. https://www.cepal.org/sites/default/files/publication/files/44976/S1900842_es.pdf
- Consejo Nacional de Política Económica y Social CONPES. (2019). Documento CONPES 3975 Política Nacional para la Transformación Digital e Inteligencia Artificial. Departamento Nacional de Planeación DNP de Colombia. <https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Conpes/Econ%C3%B3micos/3975.pdf>
- Consejo Nacional de Política Económica y Social CONPES. (2020, 30 noviembre). *Documento CONPES 4012 Política Nacional de Comercio Electrónico*. Departamento Nacional de Planeación DNP de Colombia. <https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Conpes/Econ%C3%B3micos/4012.pdf>
- Departamento Nacional de Planeación de Colombia. (2016, 26 diciembre). Consejo Nacional de Política Económica y Social, CONPES. Departamento Nacional de Planeación DNP. <https://www.dnp.gov.co/CONPES/Paginas/conpes.aspx>
- Departamento Nacional de Planeación de Colombia. (2018). Plan Nacional de Desarrollo 2018–2022 Pacto por Colombia, pacto por la equidad. Departamento Nacional de Planeación DNP. <https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Prensa/PND-Pacto-por-Colombia-pacto-por-la-equidad-2018-2022.pdf>
- Observatorio Estratégico de la Alianza del Pacífico (OEAP). (2017, diciembre). Identificación de oportunidades para el desarrollo y fortalecimiento de la Agenda Digital en la Alianza del Pacífico. https://453b262b-799c-4bde-821b-c3b75efa2016.filesusr.com/ugd/438ac2_3a35665be8804f3bbfeffeb1a47e337f.pdf
- Ríos Abogados. (2016). Políticas Públicas del Comercio Electrónico en México. Recuperado 24 de enero de 2022, de <https://www.riosabogados.com/mexico/politicas-publicas-del-comercio-electronico-en-mexico/>